

# PENINGKATAN LITERASI INDUSTRI HALAL MELALUI MASJID

Inas Afifah Zahra<sup>1\*</sup>, Ach. Bakhrul Mughtasib<sup>2</sup>, Rika Lisnawati<sup>3</sup>, Ady Arman<sup>4</sup>, Desmitha Siachma Anggraini<sup>5</sup>, Fina Melinda<sup>6</sup>

1), 2), 3), 4), 5), 6) Keuangan dan Perbankan Syariah, Politeknik Negeri Jakarta

## Article history

Received : 26 November 2024

Revised : 22 Februari 2025

Accepted : 3 Juni 2025

## \*Corresponding author

Inas Afifah Zahra

Email:

inas.afifahzahra@akuntansi.pnj.ac.i

d

## Abstrak

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) Politeknik Negeri Jakarta ini bertujuan untuk meningkatkan literasi industri halal bagi para khatib dan jamaah di sekitar Masjid Al Fauzien, Pesona Depok Estate. Latar belakang kegiatan ini didasarkan pada rendahnya pemahaman masyarakat terhadap industri halal, terutama dalam aspek regulasi dan peluang usaha. Kurangnya literasi ini berpotensi menghambat perkembangan industri halal di Indonesia yang memiliki potensi besar di pasar global. Metode pelaksanaan PKM ini dilakukan melalui sosialisasi dengan materi bertema *Industri Halal: Peluang, Tantangan, dan Regulasi*. Kegiatan ini mencakup penyampaian informasi secara langsung melalui ceramah, diskusi interaktif, serta pembagian materi edukasi yang dapat diakses oleh peserta. Hasil PKM menunjukkan bahwa tingkat literasi industri halal para peserta sudah cukup memuaskan, terutama dari aspek penggunaan produk halal dan kesadaran halal. Hal ini dibuktikan dengan nilai rata-rata kuesioner sebesar 4,00, yang mencapai 44%-48%. Namun, dalam konteks pengetahuan terkait industri halal, masih diperlukan peningkatan, karena nilai maksimal kuesioner hanya mencapai 26%. Kegiatan sosialisasi ini telah selesai dilaksanakan dengan baik dan membuka peluang untuk keberlanjutan di masa mendatang. Keberlanjutan ini dianggap penting sebagai dukungan terhadap visi Indonesia dalam *Master Plan Industri Halal 2023-2029*, yaitu menjadikan Indonesia sebagai pusat industri halal dunia.

Kata Kunci: Literasi; Industri Halal; Produk Halal; Kesadaran Halal

## Abstract

The Community Service Activity (PKM) at Politeknik Negeri Jakarta aims to improve halal industry literacy among preachers and worshipers near Al Fauzien Mosque, Pesona Depok Estate. This is done by sharing information through a lecture titled "Halal Industry: Opportunities, Challenges, and Regulations." This initiative stems from the limited public understanding of the halal industry, especially regarding regulations and business opportunities. A lack of awareness may hinder its growth, even though Indonesia has great potential in the global halal market. The program includes lectures, interactive discussions, and the distribution of educational materials to help participants grasp key aspects of the halal industry. The results show that participants understood and were well aware of halal product use. This is reflected in an average questionnaire score of 4.00 (44%-48%). However, knowledge of industry regulations remains low, with a maximum questionnaire score of 26%, indicating the need for further improvement. The event was successfully conducted, highlighting positive results and areas for growth. Ensuring long-term sustainability is crucial to supporting Indonesia's 2023-2029 Halal Industry Master Plan, which aims to establish the country as a global halal industry hub.

Keywords: Literacy; Halal Industry; Halal Products; Halal Awareness

Copyright © 2025 by Author, Published by Dharmawangsa University  
Community Service Institution

## PENDAHULUAN

Industri halal telah berkembang secara global dan mengalami pertumbuhan yang signifikan dalam satu dekade terakhir. Sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia, Indonesia memiliki peluang besar untuk menjadi pusat industri halal. *State of the Global Islamic Economy Report* tahun 2023/2024 menunjukkan bahwa pengeluaran konsumsi masyarakat Muslim untuk makanan halal, farmasi, kosmetik, fesyen, media, dan pariwisata terus meningkat, dari USD 1,62 triliun pada tahun 2012 menjadi USD 2,29 triliun pada tahun 2022 (Dinar

Standard, 2023). Kondisi ini menjadikan industri halal bukan hanya sebagai kebutuhan bagi masyarakat Muslim, tetapi juga telah berkembang menjadi fenomena global dengan potensi ekonomi yang sangat menjanjikan (Prabowo et al., 2015; Salaheldeen & Battour, 2024).

Indonesia memiliki peluang emas untuk menjadi pemain utama dalam industri halal global. Hal ini didukung oleh fakta bahwa Indonesia memiliki 86,7% penduduk Muslim dari total populasi nasional yang mencapai 240,62 juta jiwa (The Royal Islamic Strategic Studies Centre, 2023). Selain itu, Indonesia juga menempati peringkat pertama sebagai pasar konsumen makanan halal global (Dinar Standard, 2023), dengan total pengeluaran konsumsi halal mencapai USD 149,8 miliar pada tahun 2022, diikuti oleh Mesir (USD 143 miliar), Bangladesh (USD 137 miliar), serta Nigeria dan Iran (masing-masing USD 87,4 miliar). Fakta ini semakin memperkuat posisi Indonesia dalam industri halal global (Adamsah & Subakti, 2022; Wahyudi et al., 2023).

Perkembangan pesat industri halal menuntut peningkatan literasi di bidang ini untuk menjamin keberlanjutan dan kesuksesannya. Literasi industri halal tidak hanya mencakup pengetahuan tentang makanan dan minuman halal, tetapi juga pemahaman komprehensif mengenai prinsip dan standar halal di berbagai sektor, seperti pariwisata, fesyen, farmasi, kosmetik, dan keuangan syariah (Afendi, 2020; Krisna et al., 2023). Konsumen yang memiliki literasi industri halal yang memadai, khususnya terkait sertifikasi halal, dapat membuat keputusan konsumsi produk dan jasa dengan tepat dan bertanggung jawab (Khan et al., 2022; Kurniawati & Savitri, 2020; Loussaief et al., 2024; Muhamed et al., 2019). Sementara itu, produsen dengan literasi industri halal yang memadai didorong untuk secara konsisten menerapkan standar halal serta meningkatkan daya saing dan keunggulan kompetitif produk mereka (Koc et al., 2024; Mursid & Wu, 2022). Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa literasi industri halal dapat meningkatkan daya saing dan keunggulan kompetitif produk (Apriliyanto & Hidayati, 2023; Nurjamjam, 2024).

Selain faktor-faktor tersebut, ditemukan bahwa masjid sebagai pusat kegiatan sosial dan keagamaan belum secara optimal dimanfaatkan sebagai sarana edukasi halal bagi jamaahnya. Meskipun Masjid Al-Fauzien memiliki fasilitas yang memadai, belum terdapat program edukasi halal yang berkelanjutan, sehingga banyak jamaah yang masih bergantung pada informasi dari sumber yang kurang kredibel. Kurangnya keterlibatan tokoh agama dalam menyampaikan literasi halal juga menjadi kendala dalam meningkatkan pemahaman masyarakat

Peningkatan literasi industri halal juga berperan penting dalam menumbuhkan kesadaran masyarakat akan gaya hidup halal, sekaligus mendukung perkembangan ekonomi syariah di Indonesia (Azam & ABDULLAH, 2020; Krisna et al., 2023; Nirwandar, 2018). Langkah ini selaras dengan visi Indonesia dalam *Master Plan Industri Halal Indonesia 2023-2029*, yaitu menjadikan Indonesia sebagai pusat industri halal dunia (Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah, 2023).

Literasi industri halal yang memadai bukan hanya menjadi kebutuhan individual, tetapi juga merupakan elemen penting dalam membangun ekosistem halal yang berkelanjutan di Indonesia (Krisna et al., 2023). Untuk mencapai tujuan tersebut, diperlukan pendekatan yang dapat menjangkau komunitas Muslim secara luas, dengan mempertimbangkan aksesibilitas, keberlanjutan, dan efektivitas (Anggraeni, 2011). Salah satu langkah strategis yang dapat dilakukan adalah memanfaatkan masjid sebagai pusat edukasi dan penyebaran informasi, mengingat peranannya yang sentral dalam kehidupan masyarakat Muslim (Abbas, 2019; Hidayat et al., 2024; Nugraha & Sunartiningsih, 2021).

Meskipun demikian, sejumlah penelitian menunjukkan masih rendahnya tingkat literasi masyarakat terhadap industri halal, terutama pada tingkat komunitas lokal. Salah satu institusi sosial keagamaan yang berpotensi besar namun belum dioptimalkan secara maksimal dalam penyebaran literasi halal adalah masjid. Sebagian besar studi literasi halal berfokus pada lembaga pendidikan seperti pesantren dan perguruan tinggi, atau program pemerintah seperti pariwisata halal dan pendampingan umkm (Elkasasyaf & Hartati, 2022; Haque et al., 2024; HS et al., 2025; Mesta et al., 2022; Qomaro, 2023; Suparwi et al., 2024), namun masih sangat

terbatas penelitian maupun pengabdian masyarakat yang memanfaatkan masjid sebagai pusat edukasi industri halal secara sistematis dan terstruktur (Abbas, 2019; Jannah & Al-Banna, 2021). Padahal, masjid memiliki posisi strategis sebagai tempat ibadah sekaligus pusat aktivitas sosial keagamaan yang dapat menjangkau masyarakat secara langsung dan berkelanjutan.

Pemanfaatan masjid sebagai pusat kegiatan masyarakat merupakan langkah strategis dalam mendukung peningkatan literasi industri halal (Abbas, 2019). Masjid memiliki aksesibilitas tinggi bagi masyarakat Muslim. Dalam hal ini, Masjid Al-Fauzien yang berlokasi di Pesona Depok Estate, Depok, merupakan salah satu masjid yang terletak di pusat kota, sehingga memudahkan masyarakat sekitar untuk mengikuti kegiatan tanpa terkendala jarak dan biaya. Masjid ini juga memiliki infrastruktur yang memadai untuk menyelenggarakan kegiatan edukasi, seperti ruang pertemuan, sistem pengeras suara (*sound system*), dan fasilitas pendukung lainnya.

Meskipun masjid memiliki potensi besar dalam meningkatkan literasi industri halal, materi dan media informasi mengenai tema ini masih disampaikan secara terbatas. Hal ini disebabkan oleh rendahnya pemahaman para khatib mengenai isu-isu terkait industri halal. Selain itu, kesadaran jamaah masjid akan pentingnya literasi industri halal juga masih rendah (Jannah & Al-Banna, 2021), karena sebagian masyarakat masih menganggap bahwa isu halal hanya terbatas pada makanan dan minuman (Ambali & Bakar, 2014). Oleh karena itu, kegiatan pengabdian masyarakat ini secara eksplisit bertujuan untuk meningkatkan literasi masyarakat terhadap industri halal melalui kegiatan sosialisasi berbasis masjid, serta mengukur efektivitas masjid sebagai media edukasi dalam penyebaran informasi terkait literasi industri halal.

Kegiatan ini mengusung pendekatan berbasis komunitas (*community-based approach*) (Abiddin et al., 2022; Dewi & Ferdian, 2021) dengan menjadikan Masjid Al-Fauzien Pesona Depok Estate sebagai pusat literasi industri halal. Berbeda dari program-program sebelumnya yang umumnya dilaksanakan oleh lembaga formal dengan pendekatan *top-down* (Elkasasyaf & Hartati, 2022; Qomaro, 2023), kegiatan ini menawarkan model partisipatif yang kontekstual dan berkelanjutan. Pendekatan ini relatif belum banyak diterapkan dalam program literasi halal, sehingga memberikan kontribusi orisinal dalam pengembangan strategi literasi halal di tingkat akar rumput. Kegiatan ini juga sejalan dengan *Master Plan Industri Halal Indonesia 2023–2029* dalam upaya menjadikan Indonesia sebagai pusat industri halal dunia.

## **METODE PELAKSANAAN**

Berdasarkan permasalahan di atas, tim pengabdian kepada masyarakat (PKM) dari Politeknik Negeri Jakarta (PNJ) melakukan kegiatan sosialisasi peningkatan literasi industri halal di Masjid Al-Fauzien Pesona Depok Estate melalui beberapa tahapan sebagai berikut:

### **1. Identifikasi Masalah dan Tujuan Pengabdian**

Penguatan literasi industri halal di tengah masyarakat menjadi kebutuhan yang mendesak seiring dengan meningkatnya kesadaran akan pentingnya produk halal. Namun, masih terdapat kesenjangan informasi mengenai konsep industri halal, standar sertifikasi, serta peran masyarakat dalam mendukung ekosistem halal. Oleh karena itu, tim Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) dari Politeknik Negeri Jakarta (PNJ) berinisiatif mengadakan sosialisasi di Masjid Al-Fauzien Pesona Depok Estate. Tujuan utama dari kegiatan ini adalah meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai industri halal seperti mengedukasi jamaah terkait proses sertifikasi halal, serta memberikan wawasan praktis dalam mengenali produk halal. Selain itu, tujuan selanjutnya adalah mengukur efektivitas masjid sebagai media edukasi dalam penyebaran informasi terkait literasi industri halal.

### **2. Karakteristik Partisipan**

Peserta kegiatan merupakan khatib dan jamaah Masjid Al-Fauzien berjumlah 27 orang dengan karakteristik sebagai berikut:

- a. Berusia 25-60 tahun
- b. Terdiri atas laki-laki dan perempuan

- c. Latar belakang pendidikan mulai dari SMA hingga Sarjana
  - d. Berperan sebagai pengurus masjid, tokoh masyarakat, dan pelaku usaha mikro
3. Penyusunan Rencana Pengabdian  
Tim PKM PNJ membentuk kelompok kerja yang terdiri dari dosen dan mahasiswa dengan kompetensi di bidang industri halal. Tim berkoordinasi dengan Dewan Kemakmuran Masjid (DKM) Al-Fauzien untuk menentukan jadwal kegiatan, menyusun agenda acara, serta menyiapkan tempat dan fasilitas pendukung. Selain itu, tim menetapkan narasumber yang kompeten dan merancang materi sosialisasi yang relevan dengan kebutuhan masyarakat setempat.
  4. Perencanaan dan Desain Intervensi  
Strategi intervensi yang dikembangkan meliputi pendekatan edukatif melalui diskusi interaktif, studi kasus, dan simulasi pemilihan produk halal. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah kombinasi pendekatan kualitatif dan kuantitatif, yang mencakup presentasi materi, tanya jawab, serta pengisian kuesioner untuk mengukur efektivitas intervensi. Perlengkapan seperti laptop, proyektor, dan sistem pengeras suara juga disiapkan guna mendukung kelancaran kegiatan.
  5. Pengumpulan Data Awal  
Sebelum kegiatan dilaksanakan, tim PKM mengumpulkan data awal mengenai tingkat literasi industri halal di kalangan jamaah masjid melalui survei sederhana. Survei ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pemahaman peserta mengenai konsep industri halal, pentingnya sertifikasi halal, serta kebiasaan dalam memilih produk halal.
  6. Implementasi Intervensi  
Pelaksanaan kegiatan dimulai dengan sesi pembukaan yang diikuti dengan penyampaian materi mengenai industri halal. Narasumber menjelaskan konsep dasar industri halal, standar dan proses sertifikasi, serta peran masyarakat dalam menjaga ekosistem halal. Diskusi interaktif dilakukan untuk menggali pemahaman peserta, diikuti dengan sesi studi kasus tentang pemilihan produk halal. Simulasi pemilihan produk halal juga dilakukan dengan mengamati label dan komposisi produk yang tersedia di pasaran. Sebagai langkah evaluasi awal, peserta diminta mengisi kuesioner untuk mengukur pemahaman mereka setelah mengikuti kegiatan.
  7. Pengumpulan Data Selama Intervensi  
Selama kegiatan berlangsung, tim PKM melakukan pemantauan dan pengumpulan data untuk mengevaluasi keterlibatan peserta, respons terhadap materi yang disampaikan, serta kendala yang mungkin muncul dalam pemahaman konsep industri halal.
  8. Analisis Data  
Data yang telah dikumpulkan dianalisis menggunakan metode deskriptif kuantitatif untuk mengukur efektivitas kegiatan. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji beda rata-rata (*paired sample t-test*). Rata-rata skor dari kuesioner dianalisis untuk melihat peningkatan pemahaman peserta sebelum dan sesudah intervensi.
  9. Penilaian Dampak  
Hasil evaluasi menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman peserta terhadap industri halal, terutama dalam mengenali sertifikasi halal dan memahami pentingnya memilih produk halal. Data awal dibandingkan dengan hasil akhir untuk mengidentifikasi dampak dari kegiatan yang telah dilakukan.

## **HASIL PEMBAHASAN**

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) yang dilaksanakan oleh tim dari Politeknik Negeri Jakarta (PNJ) di Masjid Al-Fauzien Pesona Depok Estate menghasilkan beberapa temuan penting yang berkaitan dengan pelaksanaan sosialisasi serta tanggapan dari peserta kegiatan. Uraian hasil kegiatan PKM ini adalah sebagai berikut:

### **Hasil Pelaksanaan Kegiatan Sosialisasi Literasi Industri Halal**

Kegiatan sosialisasi dilaksanakan di ruang pertemuan Masjid Al-Fauzien, Pesona Depok Estate, dengan dihadiri oleh 27 peserta yang terdiri atas para khatib dan jamaah. Acara diawali dengan pembukaan oleh

Ketua DKM Masjid Al-Fauzien, kemudian dilanjutkan dengan sambutan oleh Ketua Tim PKM, Bapak Dr. Dede Abdul Fatah, S.H.I., M.Si., yang sekaligus memperkenalkan anggota tim. Sosialisasi berlanjut dengan pemaparan materi oleh narasumber, Inas Afifah Zahra, S.E., S.Pd., S.Th.I., M.Si., yang membawakan topik "Industri Halal: Peluang, Tantangan, dan Regulasi". Materi yang disampaikan diterima dengan baik oleh para peserta. Dokumentasi kegiatan dapat dilihat pada Gambar 1 dan Gambar 2.

Selain itu, beberapa peserta menyampaikan kekhawatiran mengenai sulitnya mengakses produk halal di pasar lokal, terutama dalam kategori kosmetik dan farmasi. Diskusi ini berkembang menjadi pembahasan tentang pentingnya peran masjid dalam menyediakan edukasi dan informasi terkait produk halal bagi jamaahnya. Tim PKM menanggapi dengan menyarankan model penyebaran informasi yang lebih sistematis, seperti menyediakan katalog produk halal di lingkungan masjid atau menyelenggarakan pelatihan rutin. Para peserta juga mengungkapkan bahwa sebelum mengikuti sosialisasi ini, sebagian besar dari mereka masih menganggap bahwa konsep halal hanya terbatas pada makanan dan minuman. Namun, setelah diskusi berlangsung, pemahaman mereka berkembang ke aspek yang lebih luas, termasuk halal dalam sektor keuangan, farmasi, dan pariwisata. Dari hasil interaksi ini, terlihat bahwa diskusi dan tanya jawab memberikan dampak positif terhadap peningkatan pemahaman peserta mengenai industri halal. Selain itu, respons aktif dari peserta menunjukkan adanya kebutuhan untuk program edukasi yang lebih berkelanjutan, seperti pelatihan mendalam tentang sertifikasi halal dan mekanisme pemantauan produk halal di pasar.



Gambar 1. Sambutan dari Ketua PKM



Gambar 2. Pemaparan Materi oleh Narasumber

Hasil kegiatan ini sejalan dengan temuan studi sebelumnya yang menunjukkan bahwa kesadaran masyarakat Indonesia terhadap literasi industri halal masih rendah belum merata, khususnya di luar sektor

makanan dan minuman (HS et al., 2019; Maryam & Sumar'in, 2022; Syamsiyah & Ardana, 2022). Pengetahuan masyarakat mengenai sertifikasi halal sering kali terbatas pada logo halal tanpa pemahaman mendalam terhadap proses dan lembaga yang mengeluarkannya (Purnama, 2023; Yuwana & Hasanah, 2021). Keterlibatan aktif peserta dalam diskusi juga mendukung temuan dari penelitian Afriyanti (2024), yang menyatakan bahwa pendekatan komunitas, khususnya melalui lembaga berbasis keagamaan seperti masjid, efektif dalam pemberdayaan masyarakat khususnya untuk meningkatkan literasi halal.

### Analisis Hasil Pelatihan PKM

Selain pemaparan materi terkait Industri halal, kegiatan PKM ini juga mengukur efektivitas masjid sebagai media edukasi dalam meningkatkan literasi industri halal para khatib dan jama'ah di sekitar Masjid Al Fauzien Pesona Depok Estate dengan mengevaluasi tiga indikator utama: *Pengetahuan tentang industri halal*, *Sikap penggunaan produk halal*, dan *Kesadaran halal*. Adapun hasil data yang didapat melalui kuesioner adalah sebagai berikut:

#### 1. Pengetahuan tentang Industri Halal

Berdasarkan Gambar 3, hasil kuesioner menunjukkan bahwa tingkat pengetahuan khatib dan jamaah tentang industri halal bervariasi dengan skor rata-rata 3,6 (skala 4), dengan 65% peserta memperoleh skor di atas 3,0. Khatib dan jamaah seperti RI dan AP menunjukkan partisipasi penuh dengan skor rata-rata 4,00 pada subkategori a1 hingga a10, yang menandakan tingkat pengetahuan yang baik terhadap industri halal. Sementara itu, responden lainnya, seperti FR, hanya mendapatkan skor rata-rata 2,9, yang menunjukkan keterbatasan tingkat pengetahuan dalam memahami konsep mendasar seperti proses sertifikasi halal dan regulasi terkait. Secara umum, sebagian besar khatib dan jamaah memiliki tingkat pengetahuan tentang industri halal yang baik. Temuan ini mengindikasikan bahwa meskipun materi sosialisasi diterima dengan baik, pendekatan yang lebih mendalam seperti studi kasus atau pelatihan tematik diperlukan untuk meningkatkan aspek pengetahuan. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian (Ernayani & Firman, 2024) bahwa pemahaman mendalam terhadap standar kehalalan menjadi kunci dalam memperkuat keputusan konsumsi dan preferensi konsumen yang bertanggung jawab.



Gambar 3. Nilai Rata-Rata Pengetahuan Industri Halal

#### 2. Sikap Penggunaan Produk Halal

Aspek sikap penggunaan produk halal juga dievaluasi dengan menggunakan tujuh subkategori. Berdasarkan Gambar 4, nilai rata-rata pada kategori ini menunjukkan variasi, dengan beberapa khatib dan jamaah memperoleh skor rata-rata 3,65, dengan 26% peserta memperoleh skor di atas 3,0. Khatib dan jamaah seperti YA, MH, dan DS memperoleh skor rata-rata 4,00 pada subkategori a1 hingga a7, yang menunjukkan totalitas dalam penggunaan produk halal. Namun, responden lainnya, seperti RI, hanya mendapatkan skor rata-rata 2,7, yang menunjukkan sikap yang kurang maksimal dalam penggunaan produk halal. Peserta yang memiliki skor rendah ( $\leq 3,0$ ) mengungkapkan bahwa kurangnya akses informasi dan label halal pada produk lokal menjadi kendala utama. Hal ini menunjukkan pentingnya literasi visual,

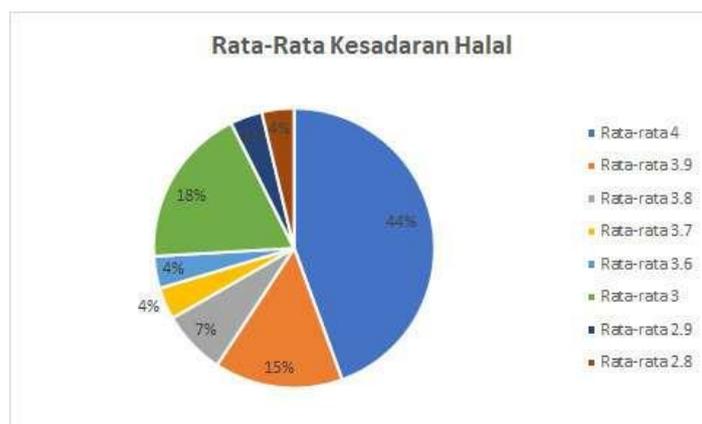
seperti pengenalan logo halal, yang dapat ditingkatkan melalui simulasi dan modul visual interaktif. Secara umum, sebagian besar khatib dan jamaah memiliki totalitas sikap dalam penggunaan produk halal.



**Gambar 4. Nilai Rata-Rata Sikap Penggunaan Produk Halal**

### 3. Kesadaran Halal

Indikator terakhir yang diukur dalam literasi industri halal adalah kesadaran halal. Berdasarkan hasil kuesioner pada Gambar 5, sebagian besar khatib dan jamaah memiliki kesadaran halal yang cukup baik, dengan nilai rata-rata pada indikator ini berkisar di angka 3,67. Beberapa responden, seperti NA, HA, dan MS, memperoleh skor rata-rata 4,00, yang menunjukkan tingkat kesadaran halal yang tinggi. Namun, masih ada responden seperti MR yang mendapatkan skor 2,8. Hal ini menunjukkan perlunya perluasan cakupan materi sosialisasi yang tidak terbatas pada aspek makanan dan minuman, namun mencakup sektor farmasi dan kosmetik.



**Gambar 5. Nilai Rata-Rata Kesadaran Halal**

#### **Keterbatasan Kegiatan PKM**

Kegiatan PKM ini memiliki sejumlah keterbatasan. Pertama, jumlah peserta yang relatif kecil ( $n=27$ ) yang membatasi generalisasi hasil terhadap populasi yang lebih luas. Kedua, respons peserta terhadap kuesioner evaluasi bersifat self-reported, sehingga dapat dipengaruhi oleh keinginan untuk memberikan jawaban positif (*social desirability bias*).

#### **Implikasi Kegiatan PKM**

Temuan dari kegiatan PKM ini memiliki implikasi praktis yang penting, terutama dalam memperkuat peran masjid sebagai agen literasi halal. Masjid terbukti efektif sebagai simpul edukasi karena kedekatannya dengan komunitas, sehingga pelatihan rutin yang melibatkan khatib dan pengurus masjid dapat memperkuat

penyebaran informasi halal secara berkelanjutan. Selain itu, pengembangan media informasi halal melalui penyediaan katalog produk halal, baik dalam bentuk fisik maupun digital, menjadi strategi edukatif yang praktis dan mudah diakses oleh jamaah, sehingga dapat meningkatkan pemahaman dan kesadaran masyarakat terhadap industri halal.

## KESIMPULAN

Kegiatan sosialisasi peningkatan literasi industri halal ini merupakan bagian dari Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM), khususnya untuk Kompetensi Bidang Keahlian (KBK) Keuangan Syariah Politeknik Negeri Jakarta. Kegiatan ini telah diselesaikan dengan baik dan dapat disimpulkan bahwa tingkat literasi industri halal para peserta sudah cukup memuaskan, terutama dari aspek penggunaan produk halal dan kesadaran halal. Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai rata-rata kuesioner sebesar 4,00 yang mencapai 44%-48%. Namun, untuk konteks pengetahuan terkait industri halal, masih perlu dilakukan peningkatan. Hal ini disebabkan karena nilai maksimal kuesioner hanya mencapai 26%. Temuan ini menunjukkan bahwa terdapat kebutuhan yang mendesak untuk menyelenggarakan program lanjutan yang lebih terstruktur dan mendalam. Salah satu rekomendasi konkret adalah menjalin kerja sama dengan Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) dalam bentuk pelatihan sertifikasi halal bagi komunitas masjid, termasuk khatib, pengurus DKM, dan pelaku usaha mikro sekitar masjid.

Secara teoritis, kegiatan PKM ini memberikan kontribusi pada pengembangan literatur tentang literasi halal berbasis komunitas dengan menekankan peran masjid sebagai simpul edukasi yang efektif. Berbeda dari pendekatan institusional yang bersifat top-down, model berbasis masjid menunjukkan efektivitas dalam menjangkau masyarakat akar rumput secara lebih partisipatif dan kontekstual. Hasil PKM ini juga menunjukkan bahwa pendekatan literasi halal yang terdesentralisasi dan berbasis komunitas memiliki potensi besar dalam memperkuat posisi Indonesia sebagai pusat industri halal dunia sebagaimana diamanatkan dalam *Master Plan Industri Halal Indonesia 2023–2029*.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Kegiatan PKM ini dilaksanakan dengan dukungan pendanaan dari Pusat Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (P3M) Politeknik Negeri Jakarta

## PUSTAKA

- Abbas, A. K. I. (2019). *The Role of the Mosque as Community Center: A Social Sustainable Approach*. Hamad bin Khalifa University.
- Abiddin, N. Z., Ibrahim, I., & Aziz, S. A. A. (2022). Advocating Digital Literacy: Community-Based Strategies and Approaches. *Academic Journal of Interdisciplinary Studies*, 11(1), 198–211. <https://doi.org/10.36941/ajis-2022-0018>
- Adamsah, B., & Subakti, E. (2022). Development of the Halal Industry on Indonesian Economic Growth. *Indonesia Journal of Halal*, 5(1), 71–75.
- Afendi, A. (2020). The Effect of Halal Certification, Halal Awareness and Product Knowledge on Purchase Decisions for Halal Fashion Products. *Journal of Digital Marketing and Halal Industry*, 2(2), 145–154. <https://doi.org/10.21580/jdmhi.2020.2.2.6160>
- Ambali, A. R., & Bakar, A. N. (2014). People's Awareness on Halal Foods and Products: Potential Issues for Policy-makers. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 121(September 2012), 3–25. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.01.1104>

- Anggraeni, M. D. (2011). Agency Theory Dalam Perspektif Islam Oleh: Mariska Dewi Anggraeni Jurusan Syariah STAIN Pekalongan. *Jhi*, 9, 1–13.
- Apriliyanto, N., & Hidayati, N. (2023). Nexus between halal certificate, competitive advantage, and entrepreneurial orientation of SMEs in Food and Beverage industry. *Journal of Enterprise and Development (JED)*, 5(1), 2023.
- Azam, M. S. E., & ABDULLAH, M. A. (2020). Global Halal Industry: Realities and Opportunities. *International Journal of Islamic Business Ethics*, 5(1), 47. <https://doi.org/10.30659/ijibe.5.1.47-59>
- Dewi, M. K., & Ferdian, I. R. (2021). Enhancing Islamic financial literacy through community-based workshops: a transtheoretical model. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 12(5), 729–747. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/JIABR-08-2020-0261>
- Dinar Standard. (2023). *State of the Global Islamic Economy Report 2023/24*.
- Elkasasyaf, E., & Hartati, N. (2022). Pengaruh Literasi Produk Halal dan Daya Tarik Habel Halal terhadap Keputusan Pembelian Produk di Kalangan Mahasiswa Universitas Islam Negeri Bandung. *Journal of Islamic Economics and Business*, 1(2). <https://doi.org/10.15575/jieb.v1i2.15585>
- Ernayani, R., & Firman, F. (2024). Transformasi Industri Halal: Keberlanjutan dan Inovasi dalam Perekonomian Syariah. *Jesya: Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 7(1), 1011–1020. <https://doi.org/10.36778/jesya.v7i1.1490>
- Haque, M. G., Suharto, B., Fatmawati, E., Sunarsi, D., & Rimadias, S. (2024). Manajemen Pendampingan Literasi Halal UMKM dan Pedagang Kaki Lima di Jember, Jawa Timur. *JIPM: Jurnal Inovasi Pengabdian Masyarakat*, 2, 58–67.
- Hidayat, A., Al-aziz, M. A., & Imyansah, M. U. (2024). Masjid sebagai Sentral Komunikasi Sosial dalam Penyebaran Informasi untuk Mendukung Pembangunan Masyarakat Islam. *Moral: Jurnal Kajian Pendidikan Islam*, 1(4), 51–60.
- HS, S., Matondang, N., Handayani, T., Nobelson, Miftah, M., Resti, A. A., & Budilaksono, S. (2025). Edukasi Halal Awareness dalam Konsumsi dan Produksi di Desa Wisata Margaluyu, Pengalengan Kabupaten Bandung. *Jurnal Abdimas Ekonomi Dan Bisnis*, 5(1), 9–17.
- HS, S., Wiryanto, F. S., & Supriadi, Y. N. (2019). Literacy Education of Halal Products to Forming Youth Entrepreneurs at The Sirojul Huda Islamic Boarding School, Bogor, West Java. *Abdimas Umtas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(3), 1–7.
- Jannah, S. M., & Al-Banna, H. (2021). Halal Awareness and Halal Traceability: Muslim Consumers' and Entrepreneurs' Perspectives. *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance*, 7(2), 285–316. <https://doi.org/10.21098/jimf.v7i2.1328>
- Khan, A., Arafat, M. Y., & Azam, M. K. (2022). Role of halal literacy and religiosity in buying intention of halal branded food products in India. *Journal of Islamic Marketing*, 13(2), 287–308. <https://doi.org/10.1108/JIMA-08-2019-0175>
- Koc, F., Ozkan, B., Komodromos, M., Halil Efendioglu, I., & Baran, T. (2024). The effects of trust and religiosity on halal products purchase intention: indirect effect of attitude. *EuroMed Journal of Business*. <https://doi.org/10.1108/EMJB-01-2024-0004>

- Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah. (2023). *Master Plan Industri Halal Indonesia 2023-2024*.
- Krisna, R., Yusuf, M., & Putra, E. (2023). Analysis of the Halal Ecosystem and Halal Literacy on the Development of Islamic Economic Halal Regulation. *The 1st Proceeding of The International Conference on Business and Economics*, 1(1), 318–336.
- Kurniawati, D. A., & Savitri, H. (2020). Awareness level analysis of Indonesian consumers toward halal products. *Journal of Islamic Marketing*, 11(2), 531–546. <https://doi.org/10.1108/JIMA-10-2017-0104>
- Loussaief, A., Ying-Chao Lin, J., Phuc Dang, H., Bouslama, N., & Cheng, J. M. S. (2024). Eating halal: a serial mediation model for the effect of religiosity on the intention to purchase halal-certified food. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 36(1), 167–184. <https://doi.org/10.1108/APJML-10-2022-0868>
- Maryam, A., & Sumar'in, S. (2022). Analysis of Halal Literacy Level on Halal Awareness and Use of Halal Products. *IQTISHODUNA: Jurnal Ekonomi Islam*, 11(1), 85. <https://doi.org/10.54471/iqtishoduna.v11i1.1004>
- Mesta, H. A., Yumna, A., & Fitria, Y. (2022). Literasi Halal Untuk Kesiapan Sertifikasi Halal Produk Pangan Olahan UMKM Kota Padang Dalam Mendukung Pariwisata Halal Sumatera Barat. *Suluah Bendang: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 22(2), 367. <https://doi.org/10.24036/sb.02890>
- Muhamed, A. A., Ab Rahman, M. N., Mohd Hamzah, F., Che Mohd Zain, C. R., & Zailani, S. (2019). The impact of consumption value on consumer behaviour: A case study of halal-certified food supplies. *British Food Journal*, 121(11), 2951–2966. <https://doi.org/10.1108/BFJ-10-2018-0692>
- Mursid, A., & Wu, C. H. J. (2022). Halal company identity and halal restaurant loyalty: the role of customer satisfaction, customer trust and customer-company identification. *Journal of Islamic Marketing*, 13(12), 2521–2541. <https://doi.org/10.1108/JIMA-01-2020-0014>
- Nirwandar, S. (2018). Halal lifestyle industry, high growth and attractive investment in Indonesia. *Malaysian Journal of Consumer and Family Economics*, 22(Special Issue 2), 144–152.
- Nugraha, D. A., & Sunartiningsih, A. (2021). Masjid Sebagai Ruang Literasi (Studi Kasus Masjid Jenderal Sudirman Colombo, Sleman, Yogyakarta). *Kalimah: Jurnal Studi Agama Dan Pemikiran Islam*, 19(1), 139. <https://doi.org/10.21111/klm.v19i1.6370>
- Nurjamjam, S. (2024). The Influence of Halal Certification and Halal Quality Assurance Practices on Business Competitive Advantage : Case Study of MSMEs in West Java. *Indonesian Journal of Halal Studies*, 1(33), 69–80.
- Prabowo, S., Rahman, A. A., Asnarulkhadi, Rahman, S. A., & Samah, A. A. (2015). Revealing factors hindering halal certification in east kalimantan Indonesia. *Journal of Islamic Marketing*, 6(2), 268–291.
- Purnama, M. Y. (2023). Transformasi Pengetahuan Dan Realitas Sosial Pelaku Umk Tentang Label Halal. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 12(4), 718–739. <https://doi.org/10.20961/jas.v12i4.71327>
- Qomaro, G. W. (2023). Tingkat Literasi Halal Remaja dan Strategi Penguatannya: Studi di Pesantren di Indonesia. *NAHNU: Journal of Nahdlatul Ulama and Contemporary Islamic Studies*, 1(2), 175–190.
- Salaheldeen, M., & Battour, M. (2024). Fostering innovation capability and sustainable innovation in halal industry: the role of halal entrepreneurs' success. *Journal of Islamic Marketing*, 15(3), 777–799. <https://doi.org/10.1108/JIMA-12-2022-0323>

- Suparwi, Kurniawan, D., Rahmawati, I., & Nurohman, Y. A. (2024). Literasi dan Pendampingan Sertifikasi Halal Bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *Jurnal Masyarakat Mandiri*, 8(3), 3273–3283.
- Syamsiyah, N., & Ardana, Y. (2022). Halal Industry in Indonesia: Opportunities, Challenges, and Strategies. *Journal of IEB (Islamic Economics and Business)*, 1(2), 36–46.
- The Royal Islamic Strategic Studies Centre. (2023). *The Muslim 500: The World's 500 Most Influential Muslims 2024* (T. Elgawhary & A. Ahmed (eds.); 1st ed.). Amman: Royal Al-Bayt for Islamic Thought.
- Wahyudi, F. S., Setiawan, M. A., & Armina, S. H. (2023). Industri Halal: Perkembangan, Tantangan, and Regulasi di Ekonomi Islam. *Innovative: Journal of Social Science Research*, 3(6), 1801–1815.
- Yuwana, S. I. P., & Hasanah, H. (2021). Literasi Produk Bersertifikasi Halal dalam Rangka Meningkatkan Penjualan Pada UMKM. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani*, 1(2), 104–112.

**Format Sitasi:** Zahra, I.A., Muchtasib, A.B., Lisnawati, R., Arman, A., Anggraini, D.S., Melinda, F. (2025). Peningkatan Literasi Industri Halal Melalui Masjid. *Reswara. J. Pengabd. Kpd. Masy.* 6(2): 768-778. DOI: <https://doi.org/10.46576/rjpkm.v6i2.5408>



Reswara: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat oleh Universitas Dharmawangsa Artikel ini bersifat open access yang didistribusikan di bawah syarat dan ketentuan dengan Lisensi Internasional Creative Commons Attribution NonCommercial ShareAlike 4.0 ([CC-BY-NC-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/))