

KONSUMSI MAKANAN HALAL PERSPEKTIF ANTROPOLOGI

Muhamad Takhim

Universitas Wahid Hasyim, Semarang, Indonesia

takhim@unwahas.ac.id

Risti Lia Sari

Universitas Wahid Hasyim, Semarang, Indonesia

risti_lia_sari@unwahas.ac.id

Abstract: Food which is a dhoruri (basic) human need, is used for the continuity and existence of life. The need for adequate nutritional and vitamin content, food must also pay attention to other aspects. This becomes something crucial when related to anthropology, how human behavior, the environment, the way of family life, settlement patterns, economic and political systems, culture, religion and so on become an integrity that can shape a new human civilization. When linked to economics and politics, halal food can be a source of income and foreign exchange. When associated with culture, halal food becomes a unique and interesting aspect in various forms that are carried out in various ceremonies, rituals and others. When it comes to religion, there are mandatory rules (obligations) to consume it. This is then integrated and becomes the behavior of the community. This research uses a qualitative method with a literature study digging from various sources of books, journals, newspaper and others that are relevant, then processed and analyzed to taken conclusions. The results of the study state that the struggle for aspects of social culture, and religion accompanied by the development of science and technology has changed human behavior to become a new entrepreneur in the field of halal culinary and has created a consumptive culture in society.

Keywords: Halal Food, Anthropology, Culture

Abstrak: Makanan yang merupakan kebutuhan dhoruri (dasar) manusia, digunakan untuk keberlangsungan dan eksistensi kehidupan. Kebutuhan akan kandungan gizi dan vitamin yang cukup, makanan juga harus memperhatikan aspek yang lain. Hal ini menjadi sesuatu yang krusial ketika dikaitkan dengan ilmu antropologi, bagaimana perilaku manusia, lingkungan hidup, cara kehidupan keluarga, pola pemukiman, sistem ekonomi dan politik, budaya, agama dan sebagainya menjadi sebuah integritas yang bisa membentuk peradaban baru manusia. Ketika dikaitkan dengan ekonomi dan politik, makanan halal bisa menjadi sumber penghasilan dan devisa. Ketika dikaitkan dengan budaya, makanan halal menjadi sebuah aspek yang unik dan menarik dalam aneka macam bentuk yang dilakukan dalam berbagai upacara, ritual dan lainnya. Ketika dikaitkan dengan agama, ada aturan mandatori (kewajiban) untuk mengkonsumsinya. Hal tersebut kemudian beintegrasi dan menjadi perilaku masyarakat. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan studi kepustakaan menggali dari berbagai sumber buku, jurnal, media

massa dan lainnya yang relevan, kemudian diolah dan dianalisis untuk diambil kesimpulan. Hasil dari penelitian menyatakan bahwa pergumulan aspek budaya sosial, dan agama disertai perkembangan sains dan teknologi telah merubah perilaku manusia untuk menjadi wirausaha baru bidang kuliner halal dan memunculkan budaya konsumtif di masyarakat.

Kata Kunci: *Makanan Halal, Antropologi, Budaya*

A. Pendahuluan

Manusia membutuhkan makanan dalam kehidupannya. Mereka mengkonsumsi makanan untuk survive. Dalam memenuhi kebutuhan makanan ini manusia tidak bisa lepas dari perilaku norma budaya dan agamanya. Kebutuhan mengkonsumsi makanan tidak hanya memenuhi kebutuhan fisik semata, namun juga batiniah, keroganisaian kemasyarakatan, teknologi dan kepercayaan masyarakat yang di dalamnya mengandung unsur budaya. Makanan yang dikonsumsi manusia akan mempunyai makna jika makanan tersebut dikaitkan dengan nilai budaya atau jaringan interaksi sosialnya.

Kebutuhan makanan dikaitkan dengan budaya dan agama ini sebagaimana kasus yang terjadi di Indonesia tahun 2019, masyarakat dihebohkan oleh perusahaan penyedap rasa PT Ajinomoto yang ditengarai mengandung lemak babi.¹ Kejadian ini sangat mengagetkan dan menggemparkan masyarakat Indonesia yang mayoritas beragama Islam. Masyarakat mulai berhati-hati dan selektif dalam menkonsumsi makanan. Fenomena tersebut menggambarkan adanya relasi yang kental antara konsumsi makanan, budaya dan agama. Budaya hubungannya dengan perilaku manusia dan agama hubungannya dengan bahan makanan yang dikonsumsi. Kebutuhan makanan ini adalah makanan yang mengandung zat additive (tambahan) yang bukan hanya memperhatikan aspek kesehatan semata, akan tetapi juga aspek kehalalan. Kehalalan berarti perilaku manusia dalam memperhatikan produk makanan yang mereka konsumsi tidak hanya dari bahan baku saja, tetapi juga proses produksi makanan itu diolah, disimpan, didistribusikan dan dikonsumsi oleh manusia..

Kajian antropologi dalam bidang pangan, kesehatan, kandungan vitamin dan gizi pada kelompok manusia dilihat dari perspektif budaya dan agama masih sangat minim,² apalagi studi tentang konsumsi makanan halal. Sebagaimana penelitian Aslam Nur bahwa budaya dan agama memiliki karakteristik dan aturan yang berbeda. Budaya muncul dari

¹Gita Amanda, "Beredar Pesan Ajinomoto Mengandung Babi," 2019, <https://www.republika.co.id/berita/pv4kyc423/beredar-pesan-ajinomoto-mengandung-babi-mui-itu-hoaks>.diakses 20 Agustus 2022

² Sobreira LB, Garavello MEPE, and Nardoto GB, "Anthropology of Food: An Essay on Food Transition and Transformations in Brazil," *Journal of Food, Nutrition and Population Health* 02, no. 01 (2018), <https://doi.org/10.21767/2577-0586.10039>.

berbagai perilaku, problem, tradisi manusia yang dilakukan sehari-hari. Budaya selalu berubah dan dinamis sesuai dengan kebutuhan dan kenyamanan manusia, ketika hal itu sudah tidak dibutuhkan atau tidak nyaman maka akan ditinggalkan. Sedangkan agama merupakan perilaku dan tradisi manusia yang memuat tiga karakteristik yaitu adanya keyakianan (kepercayaan), adanya aturan yang tetap yang harus dipatuhi dan adanya kekuatan super di atas kekuatan manusia disertai dengan ritual yang bersifat paten dan baku tidak berubah cara melakukannya.³

Penelitian Kurnia Novianti yang mengkaji keterkaitan antar agama, budaya dan perubahan sosial menyatakan dinamika yang terjadi di masyarakat sehari-hari, ketiganya semakin jelas terlihat menjadi sebuah fenomena baru dan hal ini seorang anthropolog dapat meneliti dan menguak ‘*hidden transcript*’ yang tersembunyi di balik fenomena tersebut.⁴

Penelitian Fran Markowitz and Nir Avieli bahwa kondisi budaya dan agama ketika dikaitkan dengan makanan, hal ini akan membawa pada kepentingan politik yang menjadi pertimbangan religius untuk bisa dilakukan di abad 21 ini.⁵ Penelitian Semra Akta dan Serkan Polat, bahwa makanan merupakan titik temu alam, budaya, dan manusia dianggap sebagai hal yang penting untuk pemeliharaan aktivitas kehidupan manusia yang menjadi simbol dan makna dari status manusia dalam rangka memenuhi kebutuhan efisiensi dan ketepatan waktu (kebutuhan manusia modern).⁶

Dari penelitian terdahulu dapat dinyatakan bahwa agama dan budaya menjadi faktor yang signifikan dalam membentuk perilaku konsumsi manusia, budaya sebagai faktor perilaku manusia dan agama sebagai faktor yang mengarahkan atau menuntun. Keduanya berintegrasi dan menjelma menjadi sebuah rutinitas yang tidak bisa dibedakan.

³ Aslam Nur, “Garis Batas Antara Agama Dan Budaya Dalam Perspektif Antropologi,” *Jurnal Adabiya* 19, no. 1 (2020): 49, <https://doi.org/10.22373/adabiya.v19i1.7484>.

⁴ Kurnia Novianti, “Kebudayaan, Perubahan Sosial, Dan Agama Dalam Perspektif Antropologi,” *Harmoni* 12, no. 2 (2013): 8–20, <http://jurnalharmoni.kemenag.go.id/index.php/harmoni/article/view/171>.

⁵ Fran Markowitz and Nir Avieli, “Eating Religiously : Food and Faith in the 21 Century,” *Food, Culture & Society* 00, no. 00 (2022): 1–7, <https://doi.org/10.1080/15528014.2022.2116195>.

⁶ Semra Akta and Serkan Polat, “A Theoretical Analysis of Food Meaning in Anthropology and Sociology,” *Tourism: An International Interdisciplinary Journal* 68, no. 3 (2020): 278–93, <https://doi.org/https://doi.org/10.37741/t.68.3.3>.

B. Kajian Pustaka

I. Makanan Halal

Kata “makanan” dilihat dari bahasaa arab merupakan musytaq (keluaran) dari kata *at-ta'am* (الطعام) yang mempunyai bentuk jamak *al-at'imah* (الأطعمة) yang berarti makanan.⁷ Menurut ensiklopedi hukum Islam makanan adalah segala sesuatu yang diperkenankan untuk dikonsumsi oleh manusia atau sesuatu yang bisa menghilangkan rasa lapar.⁸

Sedangkan kata “Halal” berasal dari bentuk derivative kata “*halla-yahillu-hallan*” yang mempunyai arti “diizinkan, diperkenankan atau dihalalkan”.⁹ Halal bermakna boleh atau mubah dalam mengkonsumsi atau menggunakan sesuatu tanpa adanya larangan dari pembuat syariat. “Halal” jika dikaitkan dengan bidang ilmu fiqh dan usul fiqh merupakan bagian dari hukum taklifi yang bermakna membolehkan, membebaskan, melepaskan dan memecahkan. Dalam kaitan dengan hukum syara’, “halal” memiliki dua makna, yaitu:

كل شيء لا يعاقب عليه باستعماله

Artinya:

“Segala sesuatu yang tidak dikenakan dosa apabila menggunakannya.”

ما اطلق الشرع فعله ماعخوذ من الحل

Artinya:

“Segala sesuatu yang telah diperkenankan syariat’ baik untuk mengerjakannya atau memanfaatkannya”.

Maksud dari kalimat pertama memberikan pengertian bahwa kata halal berkaitan dengan kebolehan menggunakan benda-benda atau apa saja untuk memenuhi kebutuhan fisik manusia, termasuk di dalamnya makanan, minuman, obat-obatan. Sedangkan kalimat kedua berkaitan dengan kebolehan memanfaatkan, memakan, meminum, dan mengerjakan sesuatu yang kesemuanya ditentukan berdasarkan nash.

⁷ Yunus, *Kamus Yunus*. (Jakarta: Hidakarya Agung, 1990).

⁸ Muhammad Anwar Fathoni, “Kesadaran Konsumen Terhadap Makanan Halal Di Indonesia,” *Buku Monografi*, 2021, 28.

⁹ Yunus, *Kamus Yunus*.

Sedang dalam konteks makanan penggunaan kata "halal" digunakan untuk segala sesuatu yang diperkenankan dan diperbolehkan dikonsumsi oleh manusia.

2. Antropologi

Antropologi secara etimologi berasal dari bahasa yunani "*antropos*" yang mempunyai arti mansia dan "*logos*" yang berarti ilmu. Sehingga antropologi merupakan suatu disiplin ilmu tentang manusia.¹⁰ Bahasan yang menjadi fokus dalam antropologi adalah keseluruhan kehidupan manusia baik secara individu, kelompok maupun masyarakat secara luas menguraikan aspek sejarah, lingkungan hidup, pola struktur sosial, budaya, agama dan sebagainya.¹¹

Menurut Mxcgee & Richard¹², Antropologi adalah ilmu yang mempelajari manusia yang berfokus pada kehidupan dari waktu ke waktu, perkembangan budaya dan menemukan evolusinya Pendekatan keilmuannya bersifat *holistic* (menyeluruh), mempelajari ragam manusia, pengalaman manusia dan kehidupan manusia.

Sedangkan menurut Keesing,¹³ antropologi merupakan ilmu yang mengkaji tentang manusia yang cakupannya tidak hanya terbatas pada manusia primitif (*tribal*). Para ahli antropologi tidak lagi hanya mempelajari masyarakat *tribal*, tetapi mereka mengkaji pula para petani pedesaan, termasuk yang tinggal di Eropa. Keesing memaparkan bahwa kajian antropolog memiliki dua bidang utama,¹⁴ yakni antropologi budaya dan antropologi fisik. Antropologi budaya sering merupakan istilah yang digunakan untuk menyebut bidang yang lebih sempit yang mempelajari adat-istiadat manusia, yakni studi komparatif mengenai budaya dan masyarakat¹⁵, Oleh Ember dan Ember studi ini disebut sebagai Etnologi. Tiga subbidang tersebut memiliki perhatian pada budaya manusia.¹⁶

Antropologi budaya menurut keesing terbagi dalam 3 macam; antropologi sosial, antropologi linguistik dan arkeologi prasejarah. Antropologi sosial memiliki cabang 2 yaitu

¹⁰ R.Jon MxcGEE & Richard L. Warms, *Anthropologycal Theory*, vol. 15 (Rowman & Littlefield, 2016).

¹¹ Santri Sahar, "Pengantar Antropologi." 2018.

¹² R.Jon MxcGEE & Richard L. Warms, *Anthropologycal Theory*.

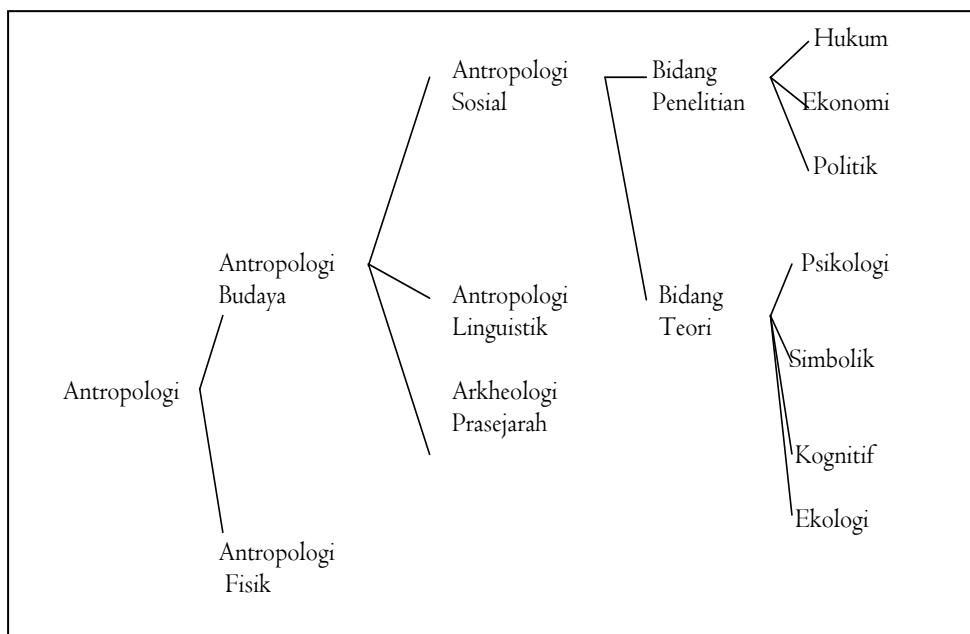
¹³ Roger M. Keesing, "Keesing-Theories-Culture-ARA-1974" Jstor, 1974.

¹⁴ Keesing.

¹⁵ Keesing.

¹⁶ R.Jon MxcGEE & Richard L. Warms, *Anthropologycal Theory*.

minat penelitian dan bidang studi atau teori. Minat penelitiannya terbagi 3; antropologi hukum, antropologi ekonomi, dan antropologi politik. Sedang untuk bidang studi atau teori yang diampu adalah antropologi psikologis, antropologi simbolik, antropologi kognitif, dan antropologi ekologi. Pembagian antropologi tersebut dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar I. Pembagian Antropologi

. Dari beberapa uraian di atas dapat disimpulkan bahwa Antropologi merupakan disiplin ilmu yang berorientasi pada pemahaman makna, mempelajari bahwa setiap tindakan dan perilaku manusia menpunyai makna. dengan penekanan pada penafsiran yang dekat dengan hakikat manusia, atau ilmu yang mempelajari kehidupan manusia dan segala apapun yang terikat dan berhubungan dengan manusia baik sejarah, budaya, sosial, ekonom, politik, agama dan lain-lain.

C. Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan tinjauan kepustakaan/*literature review* memaparkan, mengkaji dan meninjau secara kritis obyek penelitian dari berbagai sumber baik primer maupun skunder seperti buku, jurnal, media massa dan artikel ilmiah lainnya yang mendukung dan relevan dengan penelitian ini. Pencarian dan pengumpulan data dilakukan dengan dokumentasi dari berbagai literature tersebut dengan menfokuskan pada sumber data sesuai obyek penelitian, memaparkan dan menyajikan data dalam beberapa bagian, kemudian melakukan analisis dari data tersebut dan terakhir mengambil kesimpulan.

D. Hasil dan Pembahasan

a. Budaya Konsumsi Makanan halal

I) Kriteria Makanan Halal

Pada *gholibnya* (secara umum) makanan dikategorikan dalam dua istilah yaitu makanan yang boleh dikonsumsi dan makanan yang tidak boleh dikonsumsi.¹⁷ Kategori tersebut berasal dari budaya masyarakat yang meperkenankan individu atau masyarakat untuk menkonsumsi makanan. Sedangkan budaya mempunyai aneka ragam aktivitas yang menjadi habit (kebiasaan) atau tradisi yang dilakukan setiap saat sejak lama. Aktivitas bisa dari berupa keyakinan, agama, pandangan tradisional, adat istiadat, pandangan hidup (*way of life*) ataupun yang lain. Konsumsi makanan yang diperkenankan atau “*halal*” dalam istilah islam (halal dan *toyyib*, tidak membahayakan, tidak najis, tidak memabukkan dan tidak dari organ manusia).¹⁸ bermakna adanya kepatuhan dan ketaatan pada aturan dan norma budaya, sekaligus patuh dan taat pada norma agama yang membawa “keselamatan dan kedamaian” jauh kesesatan atau dosa.

Sedang makanan yang tidak boleh dikonsumsi atau “*haram*” merupakan larangan berusaha sekuat tenaga untuk dihindari dan dijauhi yang tidak sepantasnya dikonsumsi,

¹⁷ Muhammad Yusuf Qardhawi, *Halal Dan Haram Dalam Islam* (Jakarta: PT. Bina Ilmu, 1993).

¹⁸ Ali Mustofa Yakub, “Halal Dan Haram Dalam Konsumsi Dengan Pendekatan Hukum Islam, (Jakarta.: Pustaka Firdaus, Jakarta., 2009), 239–93.

karena bertentangan dengan norma budaya dan agama. Seseorang yang mengkonsumsi makanan yang dilarang atau haram akan terancam kedamaian dan keselamatannya.

2) Makanan Halal sebagai Simbol

Klasifikasi dari dua kategori makanan di atas menderifatikan (menurunkan) aspek yang lain, yakni makanan sebagai simbol yang memberikan tanda dan mencirikan akativitas yang dilakukan oleh kalangan masyarakat. Aspek simbolik ini menjadi sebuah rutinitas masyarakat yang bahkan menjadi sesuatu yang *scarcal* mialnya penyajian berbagai jenis makanan pada suatu peristiwa atau upacara tertentu yang mengisyaratkan ikatan sosial, persaudaraan, persahabatan dan bahkan gaya hidup (*life style*).

Makanan halal menjadi perekat dan ikatan sosial ketika disajikan pada acara-acara tertentu oleh individu atau masyarakat, yang hal itu merupakan aktivitas dari budaya dan agama. Siklus manusia dari dalam kandungan (4 bulan dan 7 bulan), kelahiran, pemberian nama anak (aqiqah), pernikahan sampai pada kematian selalu disertai dengan upacara dan penyajian makanan yang khas dan breneka ragam, perayaan sekaten di Yogyakarta berupa makanan dalam tumpeng besar dalam rangka memperingati maulid nabi Muhammad SAW. Semuanya itu merupakan simbol-simbol yang syarat dengan makna yang diyakini oleh masyarakat. Pesan-pesan yang disampaikan melalui makanan dan perilaku masyarakat ini pada akhirnya memperluas kajian makanan halal sebagai sebuah simbol.

Kesatuan dan kebersamaan dalam mengkonsumsi makanan halal menjadi tujuan utama dalam setiap pelaksanaan acara tersebut. Segala aktifitas yang erat berkaitan dengan religiusitas, bukan hanya terjadi ketika melakukan ritual (*ibadah*) tetapi juga aktivitas lain yang didorong kekuatan batin.¹⁹

3) Makanan Halal Sebagai Pembentuk Identitas

Makanan halal juga sebagai pembentuk identitas etnis, yang dapat dikenali dari jenis masakannya yang memiliki karakteristik rasa yang khusus. Sebagaimana masakan adat Minahasa menandai mencampur cabai (*rica*) dengan jumlah yang lebih banyak ketika

¹⁹ Dwiyiyati Astogini, Wahyudin, and Siti Zulaikha Wulandari, "Aspek Religiusitas Dalam Keputusan Pembelian Produk Halal," *Jeba* 13, no. 1 (2011): 1–8.

mengolah daging, sehingga rasa cabe lebih kuat dari rasa daging itu sendiri.²⁰ Begitu pula masakan adat Minangkabau, mencampur cabai, santan, dan bumbu rempah-rempah menjadikan rasa makanan halalnya sebagai makanan halal khas Minangkabau.²¹

Makanan halal juga mempunyai peranan sosial sebagai sarana adat komunikasi, standar kekayaan, sebuah barometer status sosial, dan sebagai mediator simbolik dalam mendefinisikan dan memanipulasi kekerabatan dan hubungan sosial.²²

4) Makanan Halal dan Kehidupan Modern

Dewasa ini makanan halal telah menjadi *trending topic* yang telah menjadi kebiasaan baru pada masyarakat modern. Adanya mandatory (kewajiban) sertifikat halal pada produk makanan sesuai dengan Undang-Undang no 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, pelabelan halal produk menjadi budaya baru pada industry makanan dan sekaligus permintaan masyarakat akan produk yang bersertifikat halal juga menjadi kebiasaan baru (*life style*). Begitu pula permintaan akan produk makanan tertentu yang sebelumnya menggunakan cara konvensional, (alamiah) dewasa ini dilakukan dengan cara cepat, praktis dan simple (makanan cepat saji) dikarenakan kebutuhan masyarakat yang berubah yang notabene mereka sibuk beraktivitas dan bekerja. Perkembangan dan peningkatan perekonomian sebagian masyarakat tersebut membentuk kebiasaan makannya. Perubahan gaya hidup muncul ketika orang lebih tertarik dengan makanan siap saji (*fast food*) yang ditawarkan di daerah pertokoan elit (dengan tempat yang nyaman dan menarik) dan hal itu dianggapnya dapat memberikan *value added* (nilai tambah) baginya. Sehingga perubahan perilaku dan gaya hidup ini juga akan akan menjadi sebuah tradisi dan membentuk budaya baru.

Sheely mengungkapkan untuk mengidentifikasi beberapa hal yang membuat orang menginginkan kenyamanan dalam memilih makanan yang pada akhirnya berkontribusi

²⁰ Gabriele Weichert, "Identitas Minahasa: Sebuah Praktik Kuliner," *Antropologi Indonesia* , no. 74 (2014): 59–80, <https://doi.org/10.7454/ai.v0i74.3510>.

²¹ Siti Aisyah, "Tradisi Kuliner Masyarakat Minangkabau: Aneka Makanan Khas Dalam Upacara Adat Dan Keagamaan Masyarakat Padang Pariaman," *Majalah Ilmiah Tabuah* 21 (2017): 29–47.

²² Ali Mursid and Cedric Hsi Jui Wu, "Halal Company Identity and Halal Restaurant Loyalty: The Role of Customer Satisfaction, Customer Trust and Customer-Company Identification," *Journal of Islamic Marketing*, 2021, <https://doi.org/10.1108/JIMA-01-2020-0014>.

terhadap perubahan tersebut.²³ Kenyamanan dalam konsumsi makanan ini pada gilirannya mempengaruhi orang untuk beralih dari makanan tradisional, yang dimasak sendiri, yang cenderung dianggap merepotkan, menghabiskan banyak waktu dan tenaga, dan lain sebagainya. Makanan asing telah bekerja untuk membawa perubahan dan kelanjutan preferensi makanan melalui mobilisasi-mobilisasi yang berbeda dari identitas kelas.

b. Dimens Halal pada label makanan

Perubahan gaya hidup masyarakat modern dalam mengkonsumsi makanan halal yang “instant” membawa implikasi yang serius bagi status makanan itu sendiri. Beredarnya makanan di dalam masyarakat tersebut menjadi tonggak awal kerawanan makanan halal, yang pada akhirnya akan menjadi polemik di tengah masyarakat. Pasalnya ada beberapa makanan yang yang tidak jelas kehalalannya dikarenakan melalui proses pengolahan yang panjang yang tidak jelas bahan tambahan dan bahan penolongnya, seperti produsen atau pelaku usaha yang menambahkan zat additif (tambahan) dalam proses pengolahan produknya.

Dewasa ini proses makanan halal menjadi perhatian publik karena semakin meningkatnya perkembangan teknologi pangan dan juga konsumen makanan halal dari berbagai negara sadar dan prihatin tentang integritas status halal sebagai sesuatu yang penting dan krusial. Mereka ingin mengetahui tentang semua kegiatan yang terlibat di sepanjang rantai pasokan makanan, apakah produk yang mereka beli benar-benar halal secara *kaffah*.²⁴ Makanan halal tersebut di telusuri dari mulai bahan bakunya, proses pembuatannya, distribusinya dan sampai pada konsumen akhir (dari hulu sampai hilir statusnya aman dan halal).

²³ Megan Sheely, “Global Adoption of Convenience Foods Convenience,” *Journal of Agricultural Economics*, 2008, <https://www.jstor.org/stable/20492399>.

²⁴ Syed Ghazaly Alqudsi, “Awareness and Demand for 100% Halal Supply Chain Meat Products,” *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 130 (2014): 167–78, <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.04.021>.

Perhatian dan kehati-hatian masyarakat terhadap produk makanan ini selanjutnya menjadi sebuah budaya baru yang dikenal dengan “*budaya halal dunia*”.²⁵ Halal tidak hanya berkaitan dengan makan saja, tetapi juga segala tingkah laku manusia harus sesuai dengan koridor aturan dan norma agama. Perubahan Budaya halal dunia ini, di Indonesia direalisasikan dengan dikeluarkannya sebuah Undang-undang tentang Jaminan Produk Halal²⁶. Mandatory (kewajiban) halal pada produk makanan menjadi fenomena baru di yang harus ditaati oleh semua elemen masyarakat.

Makanan halal dalam pergumulan antara agama dan budaya menjadi budaya baru di masyarakat. Konsumen maupun produsen makanan secara bersama berkeinginan untuk memastikan dan menjamin bahwa apa yang dikonsumsi dan apa yang ditawarkan adalah halal. Beberapa produsen makanan yang tadinya tidak begitu memperhatikan secara ketat kehalalan produksinya, mereka dengan pertimbangan bisnis kemudian justru beralih menyesuaikan produk makanannya agar sesuai dengan standar halal yang ditetapkan. Mereka mengembangkan bisnisnya menjadi makanan halal kemudian memahami bahwa makanan yang terjamin kehalalannya disadari sebagai makanan yang higienis dan berkualitas baik. Hal ini menjadi *value added* (nilai tambah) dalam memasarkan produknya bagi masyarakat modern maupun masyarakat tradisional yang menyadari pentingnya makanan halal untuk keberlangsungan hidup dan ekosistem mereka.

Akan tetapi, seiring dengan pekembangan sains dan teknologi era 4.0, semakin tingginya aktivitas dan kesibukan manusia telah mengubah landskap budaya makanan. yakni merebaknya para pedagang di bidang kuliner yang berbasis digital. Hal ini merupakan preseden yang baik menciptakan para wirausaha baru, membuka peluang dan lapangan pekerjaan bagi masyarakat. Tetapi di sisi lain masyarakatatpun lebih suka memesan makanan daripada membuat sendiri. Mereka menggunakan aplikasi pesan-antar via darimg. Preferensi ini lambat laun telah menjadi rutinitas dan pembiasaan sehari-hari.

²⁵ Artanti Hendriyana dan Siti Maryam, “Gaya Hidup Halal Sudah Jadi Tren Dunia, Bukan Hanya Untuk Muslim,” 2016, <https://www.unpad.ac.id/2016/10/sapta-nirwendar-gaya-hidup-halal-sudah-jadi-tren-dunia-bukan-hanya-untuk-muslim/> diakses 29 Agustus 2022.

²⁶ UU Nomor 33 tahun 2014, “Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal,” *Undang – Undang Republik Indonesia*, no. I (2014): I–40 .pasal 4

Perubahan budaya dan agama serta taraf sosio-ekonomi berimplikasi pada budaya konsumerisme masyarakat. Dalam konteks era sekarang, keinginan menikmati cita rasa makanan halal dan pelayanan yang memuaskan merupakan sebuah keniscayaan.

E. Simpulan

Makanan halal dan antropologi merupakan dua hal yang menarik untuk dipelajari dan dikaji. Makanan halal yang menjadi mandatori agama dan rutinitas manusia menjadi sebuah budaya yang mengakar di masyarakat. Sehingga tidak bisa dibedakan antara budaya dan agama. Dengan demikian integrasi makanan halal dalam antropologi menjadi pemicu akan munculnya berbagai hal, seperti perilaku makan, perubahan gaya hidup, persepsi masyarakat, nilai keagamaan, ekspresi simbolik, pembentuk identitas dan lain-lain.

Perubahan perilaku dalam budaya makanan halal ini telah mengubah landskap budaya makan manusia, membawa efek positif dan negatif, yakni tumbuhnya wirausaha baru dalam bidang kuliner yang berbasis digital dan budaya konsumtif di masyarakat.

F. Daftar Pustaka

- Akta, Semra, and Serkan Polat. "A Theoretical Analysis of Food Meaning in Anthropology and Sociology." *Tourism: An International Interdisciplinary Journal* 68, no. 3 (2020): 278–93. <https://doi.org/10.37741/t.68.3.3>.
- Alqudsi, Syed Ghazaly. "Awareness and Demand for 100% Halal Supply Chain Meat Products." *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 130 (2014): 167–78. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.04.021>.
- Amanda, Gita. "Beredar Pesan Ajinomoto Mengandung Babi," 2019. <https://www.republika.co.id/berita/pv4kyc423/beredar-pesan-ajinomoto-mengandung-babi-mui-itu-hoaks>.
- Astogini, Dwiwiyat, Wahyudin, and Siti Zulaikha Wulandari. "Aspek Religiusitas Dalam Keputusan Pembelian Produk Halal." *Jeba* 13, no. 1 (2011): 1–8.
- Fathoni, Muhammad Anwar. "Kesadaran Konsumen Terhadap Makanan Halal Di Indonesia." *Buku Monograf*, 2021, 28.
- Halal, Undang-Undang Nomor 33 tahun 2014 tentang Jaminan Produk. "Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal." *Undang – Undang Republik Indonesia*, no. 1 (2014): 1–40.
- Keesing, Roger M. "Keesing-Theories-Culture-ARA-1974." *Jstor*, 1974.
- LB, Sobreira, Garavello MEPE, and Nardoto GB. "Anthropology of Food: An Essay on

- Food Transition and Transformations in Brazil.” *Journal of Food, Nutrition and Population Health* 02, no. 01 (2018). <https://doi.org/10.21767/2577-0586.I0039>.
- Markowitz, Fran, and Nir Avieli. “Eating Religiously : Food and Faith in the 21 Century.” *Food, Culture & Society* 00, no. 00 (2022): 1–7. <https://doi.org/10.1080/15528014.2022.2116195>.
- Maryam, Artanti Hendriyana dan Siti. “Gaya Hidup Halal Sudah Jadi Tren Dunia, Bukan Hanya Untuk Muslim,” 2016. <https://www.unpad.ac.id/2016/10/sapta-nirwandar-gaya-hidup-halal-sudah-jadi-tren-dunia-bukan-hanya-untuk-muslim/>.
- Mursid, Ali, and Cedric Hsi Jui Wu. “Halal Company Identity and Halal Restaurant Loyalty: The Role of Customer Satisfaction, Customer Trust and Customer-Company Identification.” *Journal of Islamic Marketing*, 2021. <https://doi.org/10.1108/JIMA-01-2020-0014>.
- Novianti, Kurnia. “Kebudayaan, Perubahan Sosial, Dan Agama Dalam Perspektif Antropologi.” *Harmoni* 12, no. 2 (2013): 8–20. <http://jurnalharmoni.kemenag.go.id/index.php/harmoni/article/view/171>.
- Nur, Aslam. “Garis Batas Antara Agama Dan Budaya Dalam Perspektif Antropologi.” *Jurnal Adabiya* 19, no. I (2020): 49. <https://doi.org/10.22373/adabiya.v19i1.7484>.
- Qardhawi, Muhammad Yusuf. *Halal Dan Haram Dalam Islam Oleh Syekh Muhammad Yusuf Qardhawi*. Jakarta: PT. Bina Ilmu, 1993.
- R.Jon MxcGEE & Richard L. Warms. *Anthropologycal Theory*. Vol. 15. Rowman & Littlefield, 2016.
- Sahar, Santri. “Pengantar Antropologi.Pdf,” 2018.
- Sheely, Megan. “Global Adoption of Convenience Foods Convenience.” *Journal of Agricultural Economics*, 2008. <https://www.jstor.org/stable/20492399>.
- Siti Aisyah. “Tradisi Kuliner Masyarakat Minangkabau: Aneka Makanan Khas Dalam Upacara Adat Dan Keagamaan Masyarakat Padang Pariaman.” *Majalah Ilmiah Tabuah* 21 (2017): 29–47.
- Weichert, Gabriele. “Identitas Minahasa: Sebuah Praktik Kuliner.” *Antropologi Indonesia* 0, no. 74 (2014): 59–80. <https://doi.org/10.7454/ai.v0i74.3510>.
- Yakub, Ali Mustofa. “Halal Dan Haram Dalam Konsumsi Dengan Pendekatan Hukum Islam.” *Halal Dan Haram Dalam Konsumsi Dengan Pendekatan Hukum Islam*, 2009, 239–93.
- Yunus. *Kamus Yunus.Pdf*. Jakarta: Hidakarya Agung, 1990.