



URGENSI FITUR HALAL FOOD PADA APLIKASI PENYEDIA MAKANAN DELIVERY ORDER

Ruslang

STAI Al-Azhar Gowa, Program Studi Ekonomi Syariah, Indonesia

Correspondence Author: ruslanalfurqan86@gmail.com

Abstract: This study aims to explore the urgency of a halal food labeling feature in food delivery apps, particularly in addressing the needs of Muslim consumers in Indonesia. This study adopted a qualitative research method with a field approach, using direct observation and in-depth interviews involving 12 informants. The informants included app users, culinary entrepreneurs, and app developers. With the rapid development of digital technology, various business sectors are required to continuously innovate through the use of modern apps, including online food ordering services. Platforms such as GoFood, GrabFood, ShopeeFood, and other similar apps have now become part of the urban lifestyle. However, amidst the dominant Muslim population in Indonesia, the lack of a feature specifically indicating the halal status of food presents a challenge. This lack of clarity can raise concerns among Muslim consumers and limit their choices in accessing food that aligns with religious principles. Halal labels play a crucial role in assuring trust in a product. Therefore, the presence of halal information features in food delivery apps is an urgent need that cannot be ignored, to ensure the fulfillment of Muslim consumers' rights to food that aligns with their religious values.

Keywords: Fitur; Halal Food; Halal Label; Delivery Order.

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menelusuri urgensi keberadaan fitur penanda makanan halal pada aplikasi layanan pesan-antar makanan, terutama dalam menjawab kebutuhan konsumen Muslim di Indonesia. Studi ini mengadopsi metode penelitian kualitatif dengan pendekatan lapangan, melalui teknik observasi langsung serta wawancara mendalam yang melibatkan 12 informan. Para informan terdiri dari pengguna aplikasi, pelaku usaha kuliner, serta pihak pengembang aplikasi. Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi digital, berbagai sektor bisnis dituntut untuk terus berinovasi melalui pemanfaatan aplikasi modern, termasuk dalam layanan pemesanan makanan secara daring. Platform seperti GoFood, GrabFood, ShopeeFood, dan aplikasi serupa lainnya kini menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat urban. Namun, di tengah dominasi populasi Muslim di Indonesia, belum adanya fitur yang secara khusus menunjukkan status kehalalan makanan menjadi tantangan tersendiri. Ketidakjelasan ini dapat menimbulkan kekhawatiran di kalangan konsumen Muslim dan membatasi pilihan mereka dalam mengakses makanan yang sesuai dengan prinsip agama. Label halal memiliki peranan penting sebagai jaminan kepercayaan terhadap suatu produk. Oleh sebab itu, kehadiran fitur informasi halal dalam aplikasi penyedia makanan menjadi kebutuhan mendesak yang tidak bisa diabaikan, guna memastikan terpenuhinya hak konsumen Muslim terhadap makanan yang sesuai dengan nilai-nilai keagamaan mereka.

Kata Kunci: Fitur; Halal Food; Label Halal; Delivery Order.

PENDAHULUAN

Kebutuhan manusia pada makanan merupakan suatu kebutuhan mendasar yang harus terpenuhi. Masyarakat saat ini dapat dikatakan memiliki kesibukan yang tinggi untuk melakukan suatu pekerjaan sehingga tidak sempat mengurus kewajiban untuk menyiapkan makanan bagi dirinya sendiri maupun keluarganya. Hal tersebut memunculkan alternatif yang lebih praktis yaitu makanan cepat saji. Makanan cepat saji ini tidak membutuhkan pengolahan yang lama atau bisa

dikatakan lebih mudah disajikan secara langsung. Dibalik proses pembuatan makanan cepat saji tetap menggunakan teknologi tinggi sehingga seringkali dipertanyakan halal haramnya.

Industri makanan cepat saji di Indonesia memiliki peluang besar melalui UMKM dan restoran cepat saji yang berkembang. Pada riset yang dilakukan *Grand View Research* dengan judul *Ready Meals Market Size, Share, and Trends Report* telah memperkirakan tingkat pertumbuhan tahunan gabungan sebesar 5,5% dari tahun 2020 sampai tahun 2027 dengan pertumbuhan pasar makanan siap saji yang mencapai 159,15 Miliar pada tahun 2019 (Paramitha & Suryaningsih, 2021).

Muslim Indonesia adalah Muslim terbesar di dunia. Umat Islam di Indonesia memiliki hak memperoleh produk yang halal dan mendapatkan hak perlindungan konsumen dari produk yang haram. Hak ini dilindungi dan dijamin oleh hukum perundang-undangan yang berlaku (Helmi & Hafidhuddin, 2019). Bagi umat Islam sendiri, mengkonsumsi makanan yang halal merupakan kewajiban untuk memenuhi perintah Allah SWT, di mana hal itu tersurat dalam Al-Qurán surat Al-Maidah ayat 88 yang artinya "Makanlah makanan yang halal lagi baik." Akan tetapi dalam era globalisasi, penetapan kehalalan suatu produk pangan tidak semudah saat teknologi belum berkembang.

Dengan demikian, diperlukan adanya suatu jaminan dan kepastian akan kehalalan produk pangan yang dikonsumsi oleh umat Islam. Jaminan kehalalan suatu produk pangan dapat diwujudkan dalam bentuk sertifikat halal yang menyertai suatu produk pangan sehingga produsen dapat mencantumkan logo halal pada kemasannya (Sayekti, 2014).

Majelis Ulama Indonesia tetap memastikan kehalalan produk yang diproduksi oleh UMKM dengan mengeluarkan kebijakan kewajiban bersertifikasi halal. Namun, kebijakan tersebut dapat memberatkan para pelaku UMKM sehingga diperlukan peninjauan ulang yang nantinya akan berpengaruh pada laju pertumbuhan UMKM tersebut. Dari proses kebijakan tersebut tidak mudah karena mengeluarkan biaya yang besar. Lain halnya dengan perusahaan besar yang mampu menerapkan kebijakan sertifikasi halal terutama restoran cepat saji. Logo halal yang didapatkan dan dicantumkan di restoran cepat saji berguna untuk meyakinkan para wisatawan muslim bukan berarti bebas dari pengawasan pihak Lembaga Pengawasan dan Peredaran Obat dan Makanan Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI) yang berperan penting dalam memberikan perlindungan khusus terhadap konsumsi masyarakat.

Kebutuhan seorang muslim terhadap produk halal seharusnya didukung oleh jaminan halal. Namun produk yang beredar di Indonesia tidak semuanya telah terjamin kehalalannya. Konsumen muslim termasuk pihak yang dirugikan dengan banyaknya produk tanpa label halal maupun keterangan non-halal (Ramlan dan Nahrowi, 2014). Berdasarkan data sertifikasi LPPOM MUI, selama kurun waktu delapan tahun terakhir (2011-2018) terdapat total sebanyak 59 951 perusahaan. Dari 727 617 produk yang diproduksi oleh perusahaan tersebut, terdapat 69 985 produk yang telah tersertifikasi halal (LPPOM MUI).

Hal ini berarti hanya 9,6 persen produk telah tersertifikasi, sedangkan sisanya belum memiliki sertifikat halal. Bukan berarti haram, namun bisa jadi produk tersebut belum diajukan untuk sertifikasi halal. Halal sudah menjadi bagian dari hidup seorang muslim. Aspek halal sangat luas, seperti makanan, minuman, obat-obatan, kosmetik, dan lain lain. Pada produk makanan, informasi mengenai halal bisa dilihat dari label atau logo yang dicantumkan pada kemasan. Jika produsen memasang logo halal, berarti produknya telah melalui proses audit yang panjang. Audit dilakukan mencakup beberapa hal diantaranya; pemeriksaan data yang diajukan, pemeriksaan proses produksi, laboratorium, pengemasan, penyimpanan, transportasi, distribusi,

pemasaran, penyajian hingga penetapan sertifikasi halal (Pasal 2 KMA RI No. 519 Th. 2001 tentang Lembaga Pelaksana Pemeriksa Pangan Halal). Jika saat diaudit ternyata terbebas dari bahan non-halal, maka akan diberikan sertifikat halal. Dengan ini berarti produsen telah memberikan jaminan bahwa produknya telah halal bagi konsumen (Faridah, 2019).

Produk halal menurut Suzery dan Cahyono memiliki peran yang sangat besar dan akan terus berkembang tiap tahunnya. Hal ini dibuktikan dengan adanya pertumbuhan populasi muslim yang selalu berkembang. Indonesia dengan mayoritas muslim harus diberikan perlindungan dalam makanan siap saji halal, sejalan dengan itu sertifikat halal produk UKM (usaha kecil dan menengah) dan restoran perlu dikembangkan, logo halal yang tercantum dalam produk mempunyai peran yang sangat penting pada konsumen, salah satunya sebagai informasi untuk melindungi konsumen muslim dalam mengkonsumsi makanan.

Produk halal yang diproduksi harus sesuai dengan syariah Islam, yakni produk yang halal secara kebersihan, kualitas dan keamanan proses produksi yang berada di bawah naungan sistem manajemen mutu halal. Kebersihan pangan yang diproduksi oleh industri kecil/besar harus memiliki kesadaran yang tinggi dalam menjamin kehalalan produk mereka. Kebersihan perlu ditekankan dalam kajian halal, hal ini bertujuan untuk memastikan produk yang dihasilkan tidak membahayakan bagi kesehatan manusia.

Pengolahan dan penggunaan alat dalam proses produksi harus terhindar dari najis, supaya dapat terpenuhi syarat produk yang halal dan baik (Riya & Dzikrullah, 2021). Penerapan label halal berfungsi sebagai sarana untuk melindungi konsumen dari produk non-halal. Diatur dalam Undang- Undang Perlindungan Konsumen bahwa konsumen memiliki hak untuk mendapatkan informasi yang benar, jelas, dan jujur tentang kondisi produk, serta pelaku usaha yang wajib menyediakan informasi tersebut (Mumtaz et al., 2024).

Teknologi yang semakin berkembang pesat membuat pola hidup masyarakat pun menjadi kian dinamis atau berubah-ubah. Salah satunya yakni pola mengonsumsi makanan. Jika dulu masyarakat harus lebih sering melakukan transaksi secara tatap muka termasuk membeli makanan, maka kini semuanya hanya dapat dilakukan dengan bersantai di rumah saja sambil memesan lewat ponsel dan aplikasi. Layanan pesan-antar makanan yang semakin berkembang menawarkan kemudahan konsumen dari segi menghemat waktu, tenaga, serta memberi kepraktisan saat ingin membeli makanan atau minuman.

Gojek, Grab dan Shopee yang kini menjadi sangat berkembang di Indonesia bahkan di Asia hingga menjadi pilihan bagi masyarakat untuk memesan makanan di berbagai macam variasi restoran yang mereka inginkan. Ketiga *start-up* besar ini pun terus meningkatkan inovasinya dari tahun ke tahun agar semakin membuat konsumen merasa nyaman dan puas dengan jasa yang ditawarkannya, termasuk *food delivery services* mulai dari fitur kemudahan aplikasi yang digunakan konsumen, memilih driver yang tepat dan juga menjamin keamanannya, menambah restoran dan selalu up-to-date dengan menu makanan baru, hingga mendengarkan review atau feedback dari konsumen agar konsumen bisa kembali menggunakan jasa layanan pesan-antar makanan tersebut.

Sistem *delivery order* pada penjualan makanan siap saji banyak diminati oleh para konsumen karna dinilai memiliki banyak keunggulan seperti mulai dari menu makanan yang bisa diakses secara online tanpa harus menanyakan terlebih dahulu kepada penjual makanan, konsumen juga dibantu oleh pihak kurir atau driver sehingga tidak perlu datang bahkan mengantri untuk memesan makanannya (Mujadid & Hipni, 2022). Perusahaan penyedia pesan antar makanan terbaru adalah Go Food, Grab Food dan ShopeeFood.

Layanan jasa pesan antar makanan secara *delivery order* yang di keluarkan ini langsung mendapat apresiasi positif dari para pengguna, fitur pemesanan melalui aplikasi yang dikembangkan ini jelas menguntungkan semua pihak, untuk pengguna fitur ini lebih memudahkan dalam memesan makanan selain mudah pemesanan melalui fitur ini, bagi pengendara bisa menambah pemasukan dengan banyaknya orderan yang masuk via layanan jasa pesan antar makanan ini, sedangkan bagi pengusaha ada potensi kenaikan omzet penjualan dari layanan *food delivery*.

Namun dalam segi kehalalan produk makanan masih banyak pedagang yang tidak mencantumkan logo halal di tampilan aplikasi. Adanya produk yang belum bersertifikat halal mengakibatkan konsumen, terutama konsumen muslim, sulit untuk membedakan produk mana yang benar-benar halal dan dapat dikonsumsi sesuai dengan syariat Islam dengan produk yang tidak haram.

Label Halal saat ini menjadi satu-satunya indikator yang digunakan untuk memastikan keamanan, kenyamanan dan kepercayaan masyarakat Muslim atas produk yang hendak dikonsumsinya. Karenanya UU No. 33 Tahun 2014 tentang jaminan produk halal, mengadopsi dogma hukum Islam, berupaya memberikan perlindungan hukum tentang kehalalan suatu produk bagi masyarakat muslim sebab keimanan dalam agama Islam mewajibkan setiap penganutnya memakan makanan yang halal. Baik halal dzatnya, halal cara memperolehnya, halal dalam memproses, halal dalam penyimpanannya, halal dalam pengangkutannya dan halal dalam penyajiannya. Bahkan sebelum disahkannya UU No.33 Tahun 2014, produk hukum lainnya telah mengatur persoalan halal ini, yakni UU No.18 Tahun 2012 tentang Pangan, UU. No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, UU No.36 tahun 2009 tentang Kesehatan, dan pengaturan lainnya dibawah Undang-Undang (Azizah, 2021).

Sebagian besar aplikasi penyedia makanan saat ini belum menyediakan fitur khusus yang secara eksplisit menandai atau mengkategorikan makanan halal. Akibatnya, konsumen Muslim kerap kali kesulitan memastikan status kehalalan makanan yang mereka pesan, terutama dari restoran yang tidak menyatakan secara jelas informasi terkait sertifikasi halal. Ketidakjelasan ini dapat menimbulkan keraguan dan ketidaknyamanan dalam proses pengambilan keputusan konsumen.

Sementara itu, di sisi lain, banyak pelaku usaha makanan yang telah memiliki sertifikasi halal atau menyajikan makanan halal, namun tidak memiliki media untuk menampilkan informasi tersebut secara resmi di dalam aplikasi. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara kebutuhan konsumen dan fasilitas yang disediakan oleh penyedia layanan digital. Urgensi akan adanya fitur *halal food* bukan hanya menyangkut aspek agama dan etika konsumsi, tetapi juga berdampak pada kepercayaan, loyalitas, dan kepuasan konsumen terhadap platform layanan makanan digital.

Dalam konteks Indonesia sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia, fitur ini seharusnya menjadi perhatian utama bagi pengembang aplikasi. Selain itu, integrasi fitur halal dapat menjadi peluang strategis untuk memperluas jangkauan pasar dan memberikan nilai tambah bagi layanan. Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini dilakukan untuk mengkaji secara mendalam urgensi fitur *halal food* pada aplikasi penyedia makanan *delivery order*, dengan menggali pengalaman, harapan, dan persepsi para pengguna aplikasi di Indonesia, khususnya di Kota Makassar.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode lapangan (field research). Pendekatan ini dipilih untuk memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai persepsi, kebutuhan, dan pengalaman pengguna serta pelaku usaha terkait fitur *halal food* dalam aplikasi layanan pesan-antar makanan seperti GoFood, GrabFood, dan ShopeeFood. Penelitian ini dilaksanakan di Kota Makassar, Sulawesi Selatan, yang merupakan salah satu kota metropolitan dengan tingkat penggunaan aplikasi layanan makanan yang tinggi. Informan dalam penelitian ini adalah pengguna Muslim aplikasi layanan pesan-antar makanan di Kota Makassar. Instrumen utama dalam penelitian ini adalah peneliti itu sendiri sebagai instrumen kunci dalam pengumpulan dan analisis data. Data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif berdasarkan model interaktif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Konsep Halal Food

Makanan halal adalah makanan yang sesuai diajarkan dalam syariat Islam yaitu halalan thiyyiban (halal dan baik) setiap makanan halal pasti akan baik namun sebaliknya makanan yang baik belum tentu halal, maka dari itu agar umat Islam terhindar dari makanan yang haram, maka seharusnya umat Islam selalu menghadirkan makanan yang halal. Sebaliknya makanan Haram itu adalah makanan yang dilarang dalam ajaran Islam dan biasanya Allah Mengharamkan sesuatu itu pasti ada kekurangan dan mudharatnya baik yang sudah kita ketahui maupun yang belum kita ketahui dan semua yang diharamkan Allah pasti ada hikmah dibalik itu.

Dalam hal makanan Allah menegaskan agar manusia mengkonsumsi makanan yang halal lagi baik dan juga bergizi serta tidak meminum minuman keras, sedangkan dalam hal haram maka, kita diwajikan sejauh mungkin untuk meninggalkannya, adapun jenis-jenis makanan yang di haramkan oleh Allah yaitu, bangkai, darah, daging babi, binatang yang tidak disebutkan nama Allah, binatang yang tercekit, ditanduk, diterkam binatang buas dan lain sebagainya (Nashirun, 2020).

Mengonsumsi makanan *halal* dan *thoyyib* merupakan kewajiban setiap umat muslim. Makanan dan minuman yang dikonsumsi manusia khususnya umat Islam tidaklah bebas namun harus selektif, yakni halal sesuai petunjuk Allah dalam Al-Qur'an dan penjelasan Nabi Muhammad *Shalallahu alaihi Wassalam* dalam hadis. Makanan yang dimakan harus berasal dari sumber yang halal dan baik serta sehat (Rojabiah & Dkk, 2023).

Makanan halal merupakan makanan jelas asal usulnya, baik zat maupun cara memperolehnya. Jika ada makanan yang meragukan maka sebaiknya ditinggalkan, hal tersebut diungkapkan oleh Yusril. Seharusnya seorang muslim mampu menahan diri dari perkara yang syubhat apalagi barang tersebut jelas keharamannya. Tidak sebatas halal tetapi ada aspek lain yang harus diperhatikan seorang muslim saat mengkonsumsi makanan yaitu terkait kesehatan atau makanan yang baik, tambah Yusril.

Interaksi dengan makanan halal sangat sulit dibedakan saat sekarang ini, terutama makanan olahan. Hanya ada hal yang bisa memberikan kejelasan dengan produk makanan olahan yaitu aspek label halalnya dan izin edar dari BPOM. Tapi kebanyakan makanan yang jual sekarang tidak memiliki informasi yang jelas pada kemasan terutama makanan yang hanya memiliki kemasan polos. Sangat banyak kita temukan di pasaran atau yang beredar di masyarakat, hal tersebut diaungkapkan oleh Sitti Nursani.

Sertifikasi Halal

Penduduk Indonesia dengan mayoritas muslim (87,18 persen) menjadikan kebutuhan terhadap produk halal sangat besar. Perlu adanya jaminan produk halal terhadap produk yang masuk maupun beredar di Indonesia. Jaminan produk halal di Indonesia diatur oleh Pemerintah melalui Peraturan Perundang-undangan. Kehalalan suatu produk dapat diketahui dengan melakukan sertifikasi halal dengan melakukan pemeriksaan produk mulai dari pemilihan bahan baku, proses produksi, sampai hasil akhir produk. Proses sertifikasi halal di Indonesia mengalami perkembangan dari masa ke masa.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan sejarah, perkembangan, dan implementasi sertifikasi halal di Indonesia salah satunya yaitu sebelum dan sesudah keluarnya undang-undang mengenai Jaminan Produk Halal (JPH). Pada awalnya sertifikasi halal di Indonesia diambil alih oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang merupakan gerakan *civil society* yang mendapat dukungan dari negara. Namun setelah dikeluarkannya UU JPH ini, wewenang sertifikasi halal dialihkan kepada Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) yang merupakan lembaga negara independen di bawah Kementerian Agama Republik Indonesia.

Hal ini juga diikuti dengan beberapa perubahan beberapa kebijakan terkait sertifikasi halal. Sertifikasi halal yang awalnya bersifat sukarela (*voluntary*) dan belum memiliki legitimasi hukum yang kuat sekarang telah menjadi kewajiban (*mandatory*) bagi pelaku usaha. Implementasi UU JPH dimulai sejak 17 Oktober 2019 dan akan dilakukan secara bertahap. Dalam upaya implementasi perlu adanya kerjasama yang baik antara pemerintah, pelaku usaha, dan masyarakat (Faridah, 2019).

Sertifikasi halal ini bertujuan untuk memberikan informasi kepada masyarakat yang akan mengonsumsi produk tersebut bahwa produk yang telah dikemas tersebut benar-benar produk yang aman untuk dikonsumsi, tidak hanya itu sertifikasi kehalalan pada produk juga sebagai salah satu bentuk perlindungan kepada konsumen terhadap kehalalan suatu produk. Labelisasi Halal merupakan tanda kehalalan suatu produk dengan mencantumkan sebuah logo halal di kemasan produk tertentu, bagian tertentu dari produk, atau tempat tertentu pada produk. Label ini berfungsi untuk menunjukkan kepada konsumen bahwa produk tersebut merupakan produk berstatus halal.

Sertifikasi halal merupakan etika bisnis yang seharusnya dijalankan produsen sebagai jaminan halal bagi konsumen. Selain sebagai jaminan halal terhadap konsumen, label halal memberikan keuntungan ekonomis bagi produsen diantaranya: (1) Dapat meningkatkan kepercayaan konsumen karena terjamin kehalalannya, (2) Memiliki USP (*Unique Selling Point*), (3) Mampu menembus pasar halal global, (4) Meningkatkan *marketability* produk di pasar, (5) Investasi yang murah jika dibandingkan dengan pertumbuhan *revenue* yang dapat dicapai (Faridah, 2019)

Makanan dan minuman yang beredar di masyarakat harus dipastikan kehalalannya. Sebab konsumen memiliki hak untuk mendapatkan infomasi halal pada produk yang beredar tersebut. Nurhakiki dan Hurriyah berharap bahwa semua produk yang beredar harus memiliki logo halal yang resmi agar bisa memastikan bahwa makanan atau minuman yang dibeli betul-betul terjamin kehalalalnya. Kesadaran halal harus dimiliki oleh semua muslim terutama dalam memilih produk yang sudah ada logo halal pada kemasannya. Terjadinya pemalsuan logo halal yang dipasang pada kemasan produk tertentu telah banyak beredar di masyarakat, akibatnya konsumen manjadi ragu dan bias dalam membedakan logo halal yang resmi dan palsu.

Logo halal yang tercantum pada kemasan/pembungkus makanan merupakan salah satu indikasi bahwa makanan tersebut halal. Jika ada logo halal maka boleh membelinya tapi jika tidak ada logo halal pada kemasan maka sebaiknya urungkan niat membeli walau produk tersebut terlihat sehat. Ahmad Gazali sangat berhati-hati dalam memilih makanan, dia selalu memperhatikan logo halal pada kemasan tersebut.

Aplikasi Penyedia Makanan *Delivery Order*

Layanan jasa *delivery order* atau pesan antar makanan yang di keluarkan ini langsung mendapat apresiasi positif dari para pengguna, fitur pemesanan melalui aplikasi yang dikembangkan ini jelas menguntungkan semua pihak, untuk pengguna fitur ini lebih memudahkan dalam memesan makanan selain mudah pemesanan melalui fitur ini, bagi pengendara bisa menambah pemasukan dengan banyaknya orderan yang masuk via layanan jasa pesan antar makanan ini, sedangkan bagi pengusaha ada potensi kenaikan omzet penjualan dari layanan food delivery (Burrahmad et al., 2020).

Sistem *delivery order* pada penjualan makanan siap saji banyak diminati oleh para konsumen karna dinilai memiliki banyak keunggulan seperti mulai dari menu makanan yang bisa diakses secara online tanpa harus menanyakan terlebih dahulu kepada penjual makanan, konsumen juga dibantu oleh pihak kurir atau driver sehingga tidak perlu datang bahkan mengantri untuk memesan makanannya (Christianto & Hariyanto, 2022). Memilih aplikasi pesan antar makanan (Food Delivery) dipengaruhi oleh kemudahan, karena faktor ini berkaitan dengan cara memesan makanan, dan konsumen biasanya kesulitan saat bertransaksi karena tidak tahu cara bertransaksi melalui aplikasi.

Faktor selanjutnya adalah kecepatan pengiriman, yang didasarkan pada seberapa cepat makanan disiapkan oleh restoran dan sopir pengiriman. Kualitas makanan atau layanan menjadi pertimbangan selanjutnya, dan harus benar untuk memuaskan pelanggan saat membeli makanan melalui aplikasi. Yang tidak kalah penting, yaitu harga, semakin banyak diskon yang diadakan semakin banyak pula konsumen menggunakan aplikasi tersebut (Christianto & Hariyanto, 2022).

Kaharuddin pernah memesan makanan lewat aplikasi, saat memilih makanan dia memperhatikan kehalalan makanan tersebut. Dia juga sangat berhati-hati dalam memesan makanan lewat aplikasi karena dia tahu betul bahwa tidak semua makanan yang dijual di platform ojol itu halal semua. Banyak sekali makanan yang dijual di aplikasi bersifat haram, seperti bakso babi. Tidak ada informasi halal atau haramnya dicantumkan di warung makan pada aplikasi ojol tersebut.

Terdapat pelanggan yang tidak terlalu memperhatikan label halal pada makanan yang akan dibeli di aplikasi, seperti Aulia dan Musafir. Mereka tidak fokus pada label halal tapi fokus ke makanan yang jual. Kalau produk makanan tersebut berasal bahan pokok yang halal maka dia akan tetap membeli tanpa memperhatikan label halalnya. Seperti makanan ringan kripik pisang, pisang nugget, krupuk bawang atau jenis makanan lain yang sudah jelas bahan pokok yang digunakan berasal dari bahan halal.

Urgensi Fitur Halal Food pada Aplikasi Penyedia Makanan *Delivery Order*

Dalam platform digital, informasi yang simetris berarti bahwa pembeli dan penjual memiliki akses informasi yang sama. Konsumen dapat yakin bahwa barang dan jasa yang diiklankan di platform online yang halal memenuhi persyaratan Islam dalam situasi ini. Karena informasi yang jelas dan akurat membantu pelanggan membuat keputusan pembelian yang lebih yakin, bisnis dapat memasuki pasar halal yang sedang berkembang dengan integritas. Platform digital memainkan peran penting dalam membangun ekonomi halal yang menguntungkan

konsumen dan pelaku usaha dengan mempromosikan transparansi dan kepercayaan.

Namun, asimetri informasi dapat berdampak besar pada keputusan pembeli dan penjual. Seleksi negatif, atau seleksi merugikan, adalah salah satu fenomena yang sering muncul dalam kondisi seperti ini. Kondisi ini terjadi ketika orang dengan informasi lebih banyak, seperti produsen atau penjual, memanfaatkan ketidaktahuan konsumen. Sebagai contoh, ketika orang membeli makanan di platform digital, mereka berisiko membeli makanan yang tidak halal jika mereka tidak tahu tentang kehalalan produk (Btr & Zulham, 2025).

Harisman selalu memesan makanan berupa cemilan di aplikasi online, saat melakukan pemesanan cemilan dia hanya memesan saja tanpa memperhatikan label halal pada kemasan cemilan tersebut, hal ini dilakukan karena dia tidak tahu bahwa ada makanan yang tidak memiliki sertifikat halal pada toko aplikasi online. Demikian juga pernyataan dari Ryan Anugrah. Dia juga tidak tahu bahwa ada makanan yang tidak halal dijual di aplikasi makanan online.

Logo halal memainkan peran penting dalam platform e-commerce makanan. Dengan meningkatnya kesadaran konsumen dan regulasi yang ketat, penting bagi pelaku usaha untuk memastikan bahwa produk merek (Syamsuri & Dkk, 2024). Label halal merupakan sebuah logo, ikon, syarat yang terdapat di berbagai makanan yang dijual sebagai bukti bahwa produk tersebut halal untuk dikonsumsi.

Label halal menjadi sangat penting untuk menghilangkan keragu-raguan dalam membeli suatu produk makanan dan ini menjadi salah satu elemen penting dalam Islam untuk memastikan bahwa seluruh proses awal hingga akhir, produk tersebut sesuai dengan syariat Islam. pada dasarnya label halal cukup sulit untuk didapatkan pada aplikasi, pasalnya melalui pencarian yang cukup lama tapi tidak menemukan label halal. Hal lainnya juga dapat lihat bahwa tampilan label halal di produk makanan dalam aplikasi online sangat jarang kita temui (Sari et al., 2023).

Sulit sekali membedakan warung makan halal dan nonhalal pada aplikasi online. Karena tidak dicantumkan logo halal pada warung makan tersebut. Kaharuddin mengatakan bahwa pihak platform penyedia aplikasi makanan online harus menyediakan fitur halal food agar konsumen muslim bisa dengan mudah mendapatkan makanan halal saat memesan makanan.

Keterangan produk halal sangatlah penting bagi warga negara Indonesia yang mayoritas penduduknya beragama Islam. Sudah seharusnya produk-produk yang diproduksi dan diedarkan harus memiliki sertifikat halal dan/atau label halal pada kemasan produk tersebut, agar barang yang dijual kepada konsumen terkhususnya konsumen muslim aman untuk dikonsumsi. Kebutuhan seorang muslim terhadap produk halal seharusnya didukung oleh jaminan halal. sertifikasi halal dalam sebuah pemasaran produk sangat penting untuk digunakan.

Pada kenyataannya, karena terdapat perbedaan fitur pemilihan makanan halal dan non halal. Yang mana dalam aplikasi Malaysia pemilihan makanan halal tersedia, sedangkan aplikasi Indonesia tidak tersedia. Seharusnya disediakan fitur pemilihan makanan halal dan non halal dalam Aplikasi Indonesia agar konsumen-konsumen muslim tidak kesulitan memilih mana makanan yang halal dan meminimalisir terjadinya pembelian makanan haram (Firyal et al., 2025).

Fitur halal pada aplikasi makanan *delivery order* sangat urgen. Mengingat bahwa di Indonesia merupakan negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia. Indonesia memiliki lebih dari 230 juta Muslim, menjadikan segmen halal sebagai mayoritas pasar. Aplikasi yang tidak menyediakan fitur ini kehilangan peluang besar untuk menjangkau konsumen utama.

Konsumen muslim memiliki kewajiban religius untuk mengonsumsi makanan halal. Fitur halal membangun kepercayaan konsumen terhadap platform. Ketika konsumen merasa keyakinan mereka dihormati, mereka cenderung lebih loyal dan aktif menggunakan aplikasi. Menyediakan fitur halal menunjukkan komitmen terhadap inklusivitas dan penghormatan terhadap keberagaman.

KESIMPULAN

1. Platform digital seperti Shopee Food dan GoFood memiliki tanggung jawab untuk menyediakan fitur informasi halal guna memudahkan konsumen dalam memilih makanan yang sesuai dengan syariat Islam. Namun, banyak platform yang belum memenuhi kewajiban ini, sehingga menimbulkan asymmetric information yang dapat menyebabkan adverse selection, di mana konsumen secara tidak sengaja membeli produk yang tidak halal karena kurangnya informasi yang jelas. Oleh karena itu, diperlukan regulasi yang lebih ketat serta transparansi dalam penyediaan informasi halal di platform digital guna menjamin hak konsumen Muslim dan menciptakan ekosistem perdagangan yang adil dan terpercaya. Label halal menjadi sangat penting untuk menghilangkan keragu-raguan dalam membeli suatu produk makanan.
2. Implementasi fitur halal food pada aplikasi penyedia makanan delivery order merupakan suatu urgensi yang tidak dapat ditunda lagi, mengingat besarnya populasi Muslim di Indonesia dan kebutuhan mereka akan produk halal. Konsep halal food yang komprehensif, didukung dengan sistem sertifikasi yang credible, perlu diintegrasikan ke dalam platform digital untuk memberikan value yang maksimal bagi semua stakeholder. Gap yang ada saat ini antara kebutuhan konsumen Muslim dan fitur yang tersedia di aplikasi food delivery menunjukkan potensi pasar yang besar. Platform yang pertama kali berhasil mengimplementasikan fitur halal secara comprehensive akan memiliki competitive advantage yang signifikan. Namun demikian, implementasi fitur ini memerlukan strategi yang matang, kerjasama dengan berbagai pihak, dan komitmen jangka panjang untuk memastikan sustainability dan effectiveness. Dengan pendekatan yang tepat, fitur halal food dapat menjadi game changer dalam industri food delivery di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Azizah, S. N. (2021). Kepastian Pengaturan Label Halal Produk Siap Saji Non Kemasan pada Bisnis Online Bagi Masyarakat dalam Era Pandemi Covid-19. *PELITA*, 6, 117–132.
- Btr, M. A., & Zulham. (2025). Kewajiban Transparansi Informasi Halal Pada Platform Digital Shopee Food. *IJHSS*, 6(1), 83–96.
- Burrahmad, M., Baihaqi, A., Sariyanto, D., & Iskandar, E. (2020). Minat Masyarakat Terhadap Usaha Delivery Order Produk Pertanian Di Kota Banda Aceh. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 16(1), 71. <https://doi.org/10.20956/jsep.v16i1.8687>
- Christianto, A. D., & Hariyanto, M. (2022). Analisa Pemilihan Aplikasi Pesan Antar Makanan (Food Delivery) Dengan Metode Analytical Hierarchy Process. *Jurnal Teknik Informatika Dan Elektro*, 4(2), 112–119. <https://doi.org/10.55542/jurtie.v4i2.364>
- Faridah, H. D. (2019). SERTIFIKASI HALAL DI INDONESIA: SEJARAH,



PERKEMBANGAN, DAN IMPLEMENTASI. *Journal of Halal Product and Research*, 2(2), 68. <https://doi.org/10.20473/jhpr.vol.2-issue.2.68-78>

Firyal, P., Nasution, A., & Tarigan, T. M. (2025). Analisis Pemberitahuan Informasi Halal Pada Aplikasi Grab Food Menurut Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah. *Al-Manhaj*, 4, 621–630. <https://doi.org/10.37680/almanhaj.v4i2.2025>

Helmi, I., & Hafidhuddin, D. (2019). KEHALALAN MAKANAN CEPAT SAJI MENURUT FATWA MUI: STUDI ANALISIS TERHADAP RESTORAN CEPAT SAJI DI KOTA. *KASABA*, 12, 40–51.

Mujadid, M., & Hipni, M. (2022). Mekanisme Penjualan Makanan Berbasis Delivery Order Pada Fitur Shopeefood Perspektif Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal. *Citradharma*, 1–15.

Mumtaz, F., Putri, A., & Sakti, M. (2024). Penerapan Label Halal pada Aplikasi Pesan Antar Makanan Online (Studi Perbandingan Grabfood di Indonesia dan Malaysia). *National Conference on Law Studies (NCOLS)*, 6(1), 621–629.

Nashirun. (2020). Makanan Halal dan Haram dalam Perspektif Al Qur'an. *Halalan Thayyiban: Jurnal Kajian Manajemen Halal Dan Pariwisata Syariah*, 3(2), 1–15.

Paramitha, P., & Suryaningsih, S. A. (2021). ANALISIS LABEL HALAL PADA PRODUK MAKANAN CEPAT SAJI DALAM PENGEMBANGAN WISATA HALAL DI SURABAYA. *JEBI*, 4, 108–122.

Riya, J., & Dzikrullah, D. (2021). Identifikasi Halal Food Pada Proses Produksi Menggunakan Analisis SWOT (Metode Multicase Studi). *MARO*, 4(November), 119–142.

Rojabiah, N., & Dkk. (2023). Korelasi Makanan Halal Dan Thoyib Terhadap Kesehatan Dalam Perspektif Al-Qur'an. *Korelasi Makanan Halal Dan Thoyib Terhadap Kesehatan Dalam Perspektif Al-Qur'an*, 3(1), 1–7. <https://journal.halalunmabanten.id/index.php/ijma/article/view/68%0Ahttps://journal.halalunmabanten.id/index.php/ijma/article/download/68/55>

Sari, L. M. C., Kusjuniati, & Iswahyuni. (2023). Persepsi Konsumen Tentang Label Halal Makanan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Aplikasi Online. *Jurnal Manajemen, Inovasi Bisnis Dan Strategi*, 1(2), 233–246.

Sayekti, N. W. (2014). JAMINAN PRODUK HALAL DALAM PERSPEKTIF KELEMBAGAAN. *JEKP*, 5(November), 193–209.

Syamsuri, A. S., & Dkk. (2024). *URGENSI LOGO HALAL PADA PLATFORM MAKANAN DI INDONESIA (THE)*. 1–14.