

Gerakan Gaya Hidup Halal di SMKN 3 Depok: Food, Fashion & Transaction

Halal Lifestyle Movement at SMKN 3 Depok: Food, Fashion & Transaction

Prima Dwi Priyatno¹, Dewi Darmastuti², Agus Maulana³

^{1,2,3}Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, e-mail: primadpriyatno@upnvj.ac.id

(Diterima: 15-06-2023; Ditelaah: 10-07-2023; Disetujui: 28-08-2023)

Abstrak

Survei "Kesadaran Halal Generasi Milenial Muslim di Indonesia" menunjukkan bahwa sebagian besar generasi milenial Muslim masih kurang memahami kriteria produk halal. Kesadaran Halal atau Halal awareness merupakan tingkat pemahaman umat Islam dalam mengenali permasalahan terkait konsep Halal. Tujuan dilaksanakannya layanan ini adalah untuk mensosialisasikan sekaligus meningkatkan kesadaran tentang gerakan gaya hidup halal. Diharapkan para peserta mendapatkan lebih banyak informasi dan pengetahuan terkait gaya hidup Halal khususnya di bidang makanan, fashion dan keuangan. Metode yang dilakukan dengan cara sosialisasi dan kampanye, dengan tahapan pertama melakukan audiensi dengan Pimpinan SMA Negeri 3 Depok untuk mengetahui profil sivitas akademika di lingkungan sekolah lalu melakukan memberikan pre-test/kuesioner kepada peserta, hal ini dilakukan untuk mengetahui dan mengukur pemahaman peserta terhadap gaya hidup halal. Melaksanakan kegiatan peningkatan kesadaran dalam bentuk seminar/konferensi. Hasil kegiatan ini dapat dilihat adanya peningkatan, menunjukkan pergerakan yang positif, dapat dilihat dari grafik pada gambar 5, nilai terendah masih ada di angka 20 untuk 1 orang siswa, namun nilai tertinggi naik menjadi 100 pada lebih dari 5 orang siswa, dan rata-rata nilai yang dihasilkan dari post-test adalah 77.88, nilai rata-rata bertambah sebesar 67%, dimana nilai rata-rata hasil pre-test 52.50.

Kata kunci: Gaya hidup halal, halal fashion, halal food, halal transaction

Abstract

The survey "Halal Awareness of the Muslim Millennial Generation in Indonesia" shows that the majority of the Muslim millennial generation still do not understand the criteria for halal products. Halal awareness or Halal awareness is the level of understanding of Muslims in recognizing problems related to the Halal concept. The aim of implementing this service is to socialize and increase awareness about the halal lifestyle movement. It is hoped that the participants will gain more information and knowledge regarding the Halal lifestyle, especially in the fields of food, fashion and finance. The method used is by means of socialization and campaigns, with the first stage holding an audience with the leadership of SMA Negeri 3 Depok to find out the profile of the academic community in the school environment and then giving a pre-test/questionnaire to the participants, this is done to find out and measure the participants' understanding of the lifestyle lawful. Carrying out awareness raising activities in the form of seminars/conferences. The results of this activity can be seen as an increase, showing positive movement, as can be seen from the graph in Figure 5, the lowest score is still 20 for 1 student, but the highest score has increased to 100 for more than 5 students, and the average score The result of the post-test was 77.88, the average value increased by 67%, where the average value of the pre-test results was 52.50.

Keywords: Gaya hidup halal, halal fashion, halal food, halal transaction

PENDAHULUAN

Sebagai Negara dengan penduduk Muslim terbesar di dunia, Indonesia memiliki potensi menjadi salah satu pusat keuangan dan ekonomi Syariah di tingkat regional maupun global. Potensi ini perlu diimbangi dengan pemahaman yang baik serta komprehensif di bidang ekonomi dan keuangan Syariah. Indonesia memiliki potensi pasar yang besar, sehingga Indonesia harus menjadi penggerak utama perekonomian Syariah bukan hanya sekedar target pasar (Bank Indonesia, 2021). Hal fundamental dalam mendukung pengembangan ekonomi dan keuangan syariah Indonesia adalah dengan meningkatkan awareness dan literasi masyarakat dalam bidang ekonomi dan keuangan Syariah. Menurut KNEKS pada tahun 2022, literasi keuangan Syariah saat ini masih hanya sebesar 23.3 persen dari total literasi keuangan Indonesia sebesar 49.68 persen. Selanjutnya sebagai negara yang berlandaskan azas Ketuhanan Yang Maha Esa, sudah merupakan konsekuensi bahwa kegiatan keuangan juga harus disandarkan pada aturan agama (OJK, 2022).

Indonesia menargetkan diri menjadi Pusat Produsen Halal Dunia 2024 dengan diluncurkannya Ekosistem Global Halal Hub oleh Wakil Presiden RI pada 27 Januari 2022. Percepatan program tersebut perlu dilakukan dengan menggandeng berbagai stakeholders, termasuk bank syariah yang memiliki peran vital dalam upaya penguatan ekosistem industri halal dan mewujudkan pertumbuhan ekonomi (Antara, 2020).

Direktur Utama Bank Syariah Indonesia menyebut potensi pembiayaan industri halal oleh bank syariah mencapai Rp420 triliun hingga Rp714 triliun (Samsul et al., 2022). Saat ini, bank syariah akan bersaing tidak hanya dengan sesama bank, tapi juga dengan fintech. Hal ini melihat bahwa berbagai sektor bisnis telah mengarah kepada pengembangan dan optimasi platform digital. Oleh karenanya, diperlukan Sumber Daya Insani (SDI) yang handal dan berkompoten di ranah digital, seperti generasi millennial dan generasi Z yang akrab dengan dunia digital, seperti internet, smartphone, laptop dan gadget lainnya. Oleh karenanya Gen Z menjadi potensi SDI yang perlu mendapat perhatian besar dalam upaya pengembangan keuangan syariah ke depan. Dalam kata lain, Gen Z merupakan pihak yang memiliki peran penting dalam mewujudkan cita-cita bangsa Indonesia untuk unggul di bidang industri halal global (Muheramtohad, 2017).



Gambar 1 : Bagan Konsep Literasi Ekonomi dan Keuangan Syariah

Sumber: KNKS (2019)

Edukasi terkait ekonomi dan keuangan Syariah kepada masyarakat Indonesia telah disampaikan oleh Bank Indonesia, Otoritas Jasa Keuangan, Kemenag, dan Kemendikbud melalui unit kerjanya masing-masing. Akan tetapi edukasi yang sudah dilakukan belum dijalankan secara mendasar hingga ke level individu dan keluarga, belum berkesinambungan, belum berdasarkan kebutuhan individu dan keluarga. Tingkat literasi harus lebih mendalam bukan hanya sekedar mengenal produk dan jasa keuangan Syariah tetapi ada hal yang fundamental yang perlu digali yaitu mengapa mereka perlu menggunakannya dan apa manfaatnya untuk kehidupan mereka. Pendidikan literasi keuangan harus diberikan sedini mungkin kepada anak karena pengenalan terhadap pengetahuan literasi keuangan sejak dini akan membuat anak-anak terbiasa mengelola keuangan dengan baik dan benar di masa yang akan datang (Budiman, 2021).

Kota Depok memiliki 4 Sekolah Menengah Kejuruan Negeri tetapi hanya Sekolah Menengah Kejuruan Negeri 3 Depok saja yang memiliki Jurusan Perbankan Syariah ini merupakan salah satu tanda bahwa kota Depok ikut berperan aktif dalam mengembangkan Ekonomi Syariah dari sektor pendidikan. Salah satu komitmen yang dibangun adalah mengotimalkan layanan pendidikan dengan membuka jurusan Perbankan Syariah. Sekolah Menengah Kejuruan Negeri 3 Depok merupakan Sekolah menengah kejuruan yang memiliki dua kampus yang berbeda.

Kampus Pertama berlokasi di Jalan H. Tabroni №74, Kalimulya, Kec. Cilodong, Depok, Jawa Barat, Indonesia dan kampus kedua berlokasi di Jl. Merdeka No.128, Abadijaya, Kec. Sukmajaya, Kota Depok, Jawa Barat. Saat ini Sekolah Menengah Kejuruan Negeri 3 Depok sudah terakreditasi A dengan memiliki jumlah Guru 63, Siswa Laki-laki 651, dan Siswa Perempuan 796 dengan 42 Rombongan Belajar. Diharapkan dengan adanya kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat dengan tema Gaya Hidup Halal dapat meningkatkan sikap, pengetahuan dan ketrampilan dalam meningkatkan wawasan tentang gaya hidup halal sejak dini di Sekolah Menengah Kejuruan Negeri 3 Depok sehingga dapat menciptakan generasi yang memiliki karakter yang unggul di masa mendatang.

Survei “Kesadaran Halal pada Generasi Muslim Milenial di Indonesia” menemukan bahwa kebanyakan Generasi Muslim Milenial memiliki pemahaman yang kurang tentang kriteria produk halal. Kesadaran halal atau halal awareness merupakan tingkat pemahaman umat muslim dalam mengetahui isu-isu terkait konsep halal. Pengetahuan tersebut termasuk didalamnya mengetahui apa itu halal dan bagaimana proses produksi suatu produk sesuai standar halal dalam Islam. Temuan riset ini juga menunjukkan masalah lain, yaitu edukasi atau kampanye produk halal bagi Generasi Muslim Milenial masih belum maksimal. Dalam proses sosialisasi jaminan produk halal, keterlibatan secara aktif generasi muda muslim khususnya masih lemah. Ini dikhawatirkan dapat menghambat edukasi akan pentingnya mengkonsumsi produk-produk halal kepada masyarakat luas (Fauziah et al., 2021).

Survei “Kesadaran Halal pada Generasi Muslim Milenial di Indonesia” menunjukkan beberapa temuan menarik. Melalui analisis statistik deskriptif dan analisis faktor, peneliti tersebut memiliki temuan sebagai berikut: 1. Level Indeks Kesadaran Halal (IKH) Generasi Muslim Milenial dalam dimensi sadar syar’i sudah termasuk dalam kategori sangat baik dengan nilai hasil IKM (90.32). Kesadaran Generasi Muslim Milenial menentukan minat untuk memilih makanan dan minuman yang halal dan meninggalkan yang haram ataupun syubhat (tidak jelas statusnya). 2. Level IKH Generasi Muslim Milenial pada aspek higienis juga sangat tinggi dengan nilai IKM (88.64/A). Hal ini menegaskan bahwa Perilaku Hidup Bersih dan Sehat pada Generasi Muslim Milenial terlihat dari pola konsumsi makanan dan minuman mereka sehari-hari. 3. Level IKH dimensi sadar aman pada Generasi Muslim Milenial juga masuk dalam kategori “Sangat Baik” dengan skor yang didapat adalah (84.04/A). Hasil IKH menjelaskan bahwa kesadaran Generasi Muslim Milenial untuk melihat makanan halal sudah tidak lagi terbatas pada hukum kebendaannya saja yang halal tapi juga lebih secara komprehensif bahwa halal itu adalah higienis dan aman. Level IKH Generasi Muslim Milenial pada dimensi sadar kualitas juga berada pada hasil indeks yang positif (Sangat Baik/87.94). Hal ini menegaskan bahwa ada trend positif di kalangan pemuda muslim bahwa Halal adalah keseluruhan (wholesomeness) dari sebuah produk yang dikatakan halal. Hal ini meliputi proses awalnya farming (penanaman dan peternakan) sampai dengan proses akhirnya serving (penyajiaannya). 5. Keempat dimensi sadar halal (syar’i, higienis, aman dan kualitas) secara signifikan dikonfirmasi dapat menjelaskan Kesadaran Halal yang komprehensif di kalangan Generasi Muslim Milenial di Indonesia. Hasil analisis t-value menjelaskan bahwa laten dominan yang merefleksikan kesadaran halal adalah Variabel Sadar Higienis ($t=150.93 > 1.96$).

Merujuk pada hasil survei. Permasalahan yang dihadapi mitra adalah: 1. kurangnya pemahaman masyarakat terkait dengan konsep kehalalan suatu produk, 2, rendahnya kesadaran masyarakat dalam penggunaan produk halal 3. Kurangnya kepedulian masyarakat dalam mengelola gaya hidup halal. Persoalan-persoalan ini dialami pada generasi muda yang merupakan sebagai penerus dan juga sebagai pemimpin masa depan, dimana mereka sebagai penggerak peradaban yang akan memimpin bangsa dan negara. Untuk itu tujuan dari pelaksanaan pengabdian ini untuk mensosialisasikan

dan sekaligus mengkampanyekan literasi gerakan gaya hidup halal, diharapkan para peserta mendapatkan masukan dan penambahan pengetahuan terkait gaya hidup halal, terutama pada sektor makanan, fasyen dan keuangan.

METODE PELAKSANAAN

Metode yang digunakan dalam kegiatan Program Pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah:

1. Melakukan audiensi kepada kepala sekolah Sekolah Menengah Kejuruan Negeri 3 Depok untuk mengetahui profil civitas akademik yang ada di lingkungan sekolah, baik tenaga pendidik, tenaga kependidikan dan para siswa.
2. Memberikan pre-test/questioner kepada para peserta, hal ini dilakukan untuk mengetahui dan mengukur sejauh mana pengetahuan peserta tentang Gaya Hidup halal.
3. Melakukan sosialisasi dalam bentuk seminar/ceramah. Materi yang akan diberikan tentang perencanaan Gaya Hidup halal disertai rantai pasok halal Baik dari Produksi, Distribusi hingga mengonsumsi Produk Halal. Sektor yang akan dibahas adalah sektor halal food & beverage, fasyen dan transaksi
4. Memberikan post-test/quisioner kepada peserta, hal ini dilakukan untuk mengetahui dan mengukur pengetahuan dan pemahaman peserta tentang Gaya Hidup Halal yang telah diberikan.

HASIL & PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk mensosialisasikan dan mengkampanyekan gaya hidup halal pada remaja di SMK Negeri 3 Depok Jawa Barat. Dengan adanya sosialisasi ini diharapkan siswa-siswi SMK Negeri 3 Depok dapat mengaplikasikan sekaligus penggerak gaya hidup halal. Peserta kegiatan pengabdian masyarakat ini diikuti oleh 68 Peserta dari kelas XII SMK Negeri Depok.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini yaitu: 1: untuk memberikan penyuluhan terkait Gaya Hidup Halal di Sekolah Menengah Kejuruan Negeri 3 Depok, 2. menjadikan para siswa ini sebagai penggerak kesadaran terkait dengan gaya hidup halal di lingkungannya. Metode yang digunakan dalam program Pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah 3. penyuluhan dalam bentuk ceramah yang akan diberikan kepada para tenaga pengajar dan siswa di lingkungan Sekolah Menengah Kejuruan Negeri 3 Depok Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan pada Sekolah Menengah Kejuruan Negeri 3 Depok dengan target peserta adalah para siswa. Kegiatan yang diberikan kepada siswa dimaksudkan untuk memberikan tambahan pengetahuan dan wawasan mengenai kepedulian terhadap pentingnya. Kata halal bagi umat muslim seharusnya tidak hanya sebagai selogan atau hanya terkait makanan/minuman saja. Namun halal merupakan keharusan sehingga halal tersebut sudah semestinya menjadi gaya hidup yang dicermati setiap kegiatan dan aktivitasnya sehari-hari. Kepedulian akan kehalalan ini mesti dipupuk sedari dini, dan teman-teman siswa yang merupakan

generasi emas kedepan merupakan target yang tepat. Gerakan gaya hidup halal merupakan ajakan atau seruan untuk membiasakan atau menjadikan halal sebagai lifestyle. Penyuluhan atau sosialisasi ini akan memberikan gambaran terkait pentingnya untuk memperhatikan kehalalan dari segala aspek.

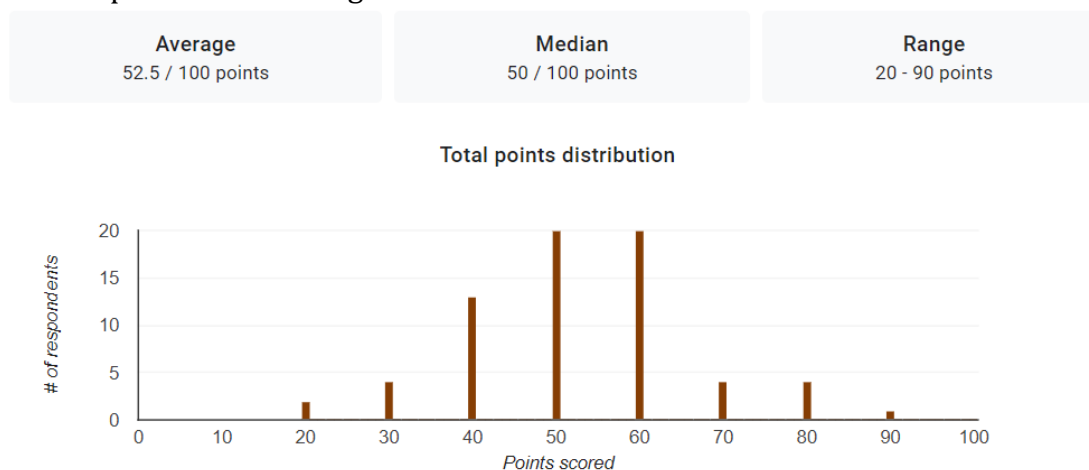
Kegiatan sosialisasi ini dilakukan dengan melalui beberapa tahapan kegiatan, yaitu (1) audiensi dan koordinasi awal dengan KaProdi Perbankan Syariah dan perwakilan guru SMK Negeri 3 Depok, (2) pre-test untuk melihat pemahaman sederhana terkait dasa-dasar gerakan gaya hidup halal, (3) pelaksanaan seminar sosialisasi dan kampanye gerakan gaya hidup halal serta diskusi dengan peserta, dan (4) pelaksanaan post-test setelah pelaksanaan sosialisasi untuk melihat perkembangan dari hasil pemahaman terkait gerakan gaya hidup halal.

1. Audiensi dan Koordinasi

Tahap Audiensi awal dilakukan guna memberikan informasi dan kejelasan bagi tim pelaksana pengabdian untuk mendesain kegiatan sesuai dengan kebutuhan para peserta. Berdasarkan informasi awal yang disampaikan oleh pihak mitra yang merupakan guru SMK Negeri 3 Depok, diketahui bahwa para peserta merupakan siswa kelas XII SMK. Para siswa dan siswi membutuhkan pengetahuan untuk bekal mereka. Kondisi awal peserta ini menggambarkan apa yang menjadi kebutuhan para peserta terkait informasi mengenai pola hidup halal dan kesadaran baik dan buruknya dari gaya hidup yang akan dipilih. Hal ini sejalan dengan tujuan pelaksanaan kegiatan sosialisasi dan pengabdian kepada masyarakat yang dijalankan oleh tim pelaksana.

2. Pelaksanaan Pre-test

Sebelum kegiatan pengabdian kepada masyarakat dimulai, pengabdian memberikan pre-test terlebih dahulu kepada para partisipan. Pemberian pre-test ini dimaksudkan mengetahui sekaligus menguji tingkat pengetahuan para partisipan terkait materi-materi yang berkaitan dengan literasi gerakan gaya hidup halal, agar pengabdian dapat menyesuaikan serta memberikan pemahaman yang sesuai dengan tema kegiatan ini. Pertanyaan-pertanyaan pre-test yang diberikan sesuai dengan tema literasi gerakan gaya hidup halal, terdapat 10 pertanyaan yang diberikan kepada para partisipan kegiatan ini. Pertanyaan-pertanyaan yang diberikan meliputi hal-hal yang terkait dengan makanan halal (halal food) dan berpakaian islami (halal fashion) serta terkait dengan transaksi (halal transaction), mulai dari definisi halal dan haram, makanan dan minuman yang diharamkan dalam al-Quran dan as-Sunnah, batasan-batasan aurat bagi laki-laki dan perempuan, hingga pakaian dan konsumsi yang halal bagi seorang muslim. Hasil pre-test tersebut dapat dilihat dalam gambar berikut ini:



Gambar 2. Hasil Pre-test

Grafik pada gambar 2 menunjukkan nilai terendah dari hasil pre-test adalah 20 dan nilai tertinggi hasil pre-test adalah 90. Jika dilihat dari rata-rata nilainya masih cukup rendah dalam pemahaman terkait dengan gaya hidup halal pada tiga sektor (*food, fashion, dan transaction*) yaitu dengan rata-rata sebesar 52,50.

3. Sosialisasi dan Kampanye Gerakan Gaya Hidup Halal dan Diskusi

Tahap ini merupakan tahap pelaksanaan inti kegiatan dari Pengabdian kepada Masyarakat, dimana pengabdian memberikan informasi terkait dengan literasi gerakan gaya hidup halal kepada para partisipan, literasi yang diberikan meliputi informasi-informasi seputar sektor makanan/minuman halal (*halal food*) dan konsumsi serta pakaian secara islami (*halal fashion*), paparan halal-haramnya suatu barang tidak hanya sebatas pada dzatnya, akan tetapi dilihat dari aspek lain, yaitu seperti dari cara mendapatkannya maupun prosesnya. Pengabdian juga memaparkan turunan-turunan dari dzat yang haram, seperti hewan babi, bukan hanya dagingnya saja yang tidak bisa dimakan, akan tetapi hampir keseluruhan tidak bisa digunakan, seperti kulit, tulang, minyak dan lainnya, serta menjelaskan perbedaan tekstur dan warna dari daging babi yang haram dengan daging hewan lainnya yang dihalalkan seperti sapi. Pengabdian juga menginformasikan perkembangan produk-produk baru yang kekinian (*viral*), baik makanan, minuman, dan pakaian yang mengandung unsur (*dzat*) yang diharamkan dalam Islam, seperti sumbu amer (susu murni anggur merah), minuman kopi yang dicampur dengan rum (jenis alkohol) dan lain sebagainya.

Pada sektor fesyen (*halal fashion*), dipaparkan terkait dengan Batasan-batasan berpakaian yang dibenarkan syariat, baik bagi laki-laki maupun perempuan, selain itu juga diterangkan terkait dengan adab bagaimana berpakaian dan berperenampilah yang baik, baik itu di lingkungan sekitar maupun saat bersosial media. Selain itu juga dijelaskan dasar-dasar terkait dengan transaksi halal, yaitu bagaimana agar kita terhindar dari transaksi-transaksi yang diharamkan. Seperti menghindari kegiatan riba, ghoror dan maysir.



Gambar 3. Foto Pelaksanaan Sosialisasi

Selain metode ceramah dalam bentuk informasi satu arah, para pengabdian juga menyampaikan materi menggunakan metode roleplay. Berbagai studi kasus terkait produk-produk yang viral saat ini, dibahas oleh para narasumber untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam terkait materi yang disampaikan dan juga memberikan informasi terkini terkait *halal food, halal fashion* dan *halal transaction*

kekinian yang memang sedang banyak dilakukan oleh para remaja. Hal ini juga bertujuan untuk memberikan pengalaman kepada para partisipan sehingga materi lebih dapat diingat dalam benak para partisipan.

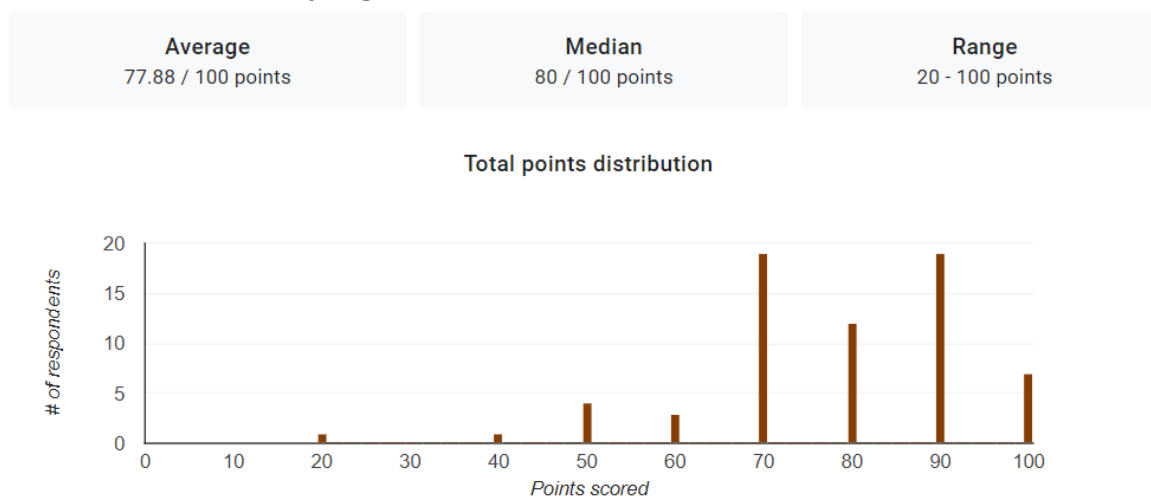


Gambar 4. Foto Pelaksanaan Diskusi

Setelah metode paparan dengan ceramah dan roleplay selesai, para partisipan diberikan kesempatan untuk memberikan tanggapan dan pertanyaan terkait materi yang telah disampaikan. Antusiasme partisipan begitu terasa ketika memberikan berbagai pertanyaan yang dirasa masih menggajal pikirannya. Hal-hal yang ditanyakan oleh partisipan ada yang terkait dengan pemahaman teori, pemahaman produk-produk yang belum bersertifikat halal, hukum transaksi-transaksi modern hingga permintaan saran apabila menghadapi beberapa permasalahan dalam masalah kehalalan dan keharaman suatu produk.

4. Pelaksanaan Post-test.

Tahapan post-test dilakukan untuk melihat perkembangan pemahaman tentang sosialisasi dan diskusi yang telah dilakukan.



Gambar 5. Hasil Post-test Gerakan Gaya Hidup Halal

Hasil post-test menunjukkan pergerakan yang positif, dapat dilihat dari grafik pada gambar 5, nilai terendah masih ada diangka 20 untuk 1 orang siswa, namun nilai tertinggi

naik menjadi 100 pada lebih dari 5 orang siswa, dan rata-rata nilai yang dihasilkan dari post-test adalah 77.88. jika melihat dari data-data yang didapatkan dari post-test dan dibandingkan dengan pre-test, terdapat kenaikan yang cukup signifikan. Nilai tertinggi partisipan yang awalnya 90 pada hasil pre-test menjadi 100 pada hasil post-test, dari jumlah partisipan yang mendapatkan nilai 90 pun bertambah signifikan, yaitu lebih dari 15 orang siswa. Sedangkan pada rata-rata bertambah sebesar 67%, dimana nilai rata-rata hasil pre-test 52.50 naik menjadi sebesar 77.88 pada hasil post-test.

KESIMPULAN

Hal fundamental dalam mendukung pengembangan ekonomi dan keuangan syariah Indonesia adalah dengan meningkatkan awareness dan literasi masyarakat dalam bidang ekonomi dan keuangan Syariah. Oleh karenanya, diperlukan Sumber Daya Insani (SDI) yang handal dan berkompeten di ranah digital, seperti generasi millennial dan generasi Z yang akrab dengan dunia digital, seperti internet, smartphone, laptop dan gadget lainnya. Tingkat literasi harus lebih mendalam bukan hanya sekedar mengenal produk dan jasa keuangan Syariah tetapi ada hal yang fundamental yang perlu digali yaitu mengapa mereka perlu menggunakannya dan apa manfaatnya untuk kehidupan mereka. Metode yang dilakukan dengan cara memberikan post-test/kuisioner kepada peserta, hal ini dilakukan untuk mengetahui dan mengukur pengetahuan dan pemahaman peserta tentang Gaya Hidup Halal yang telah diberikan.

Kegiatan sosialisasi ini dilakukan dengan melalui beberapa tahapan kegiatan, yaitu (1) audiensi dan koordinasi awal dengan Ka.Prodi Perbankan Syariah dan perwakilan guru SMK Negeri 3 Depok, (2) pre-test untuk melihat pemahaman sederhana terkait dasa-dasar gerakan gaya hidup halal, (3) pelaksanaan seminar sosialisasi dan kampanye gerakan gaya hidup halal serta diskusi dengan peserta, dan (4) pelaksanaan post-test setelah pelaksanaan sosialisasi untuk melihat perkembangan dari hasil pemahaman terkait gerakan gaya hidup halal.

Kondisi awal peserta ini menggambarkan apa yang menjadi kebutuhan para peserta terkait informasi mengenai pola hidup halal dan kesadaran baik dan buruknya dari gaya hidup yang akan dipilih. Pemberian pre-test ini dimaksudkan mengetahui sekaligus menguji tingkat pengetahuan para partisipan terkait materi-materi yang berkaitan dengan literasi gerakan gaya hidup halal, agar pengabdian dapat menyesuaikan serta memberikan pemahaman yang sesuai dengan tema kegiatan ini. Sosialisasi dan Kampanye Gerakan Gaya Hidup Halal dan Diskusi Tahap ini merupakan tahap pelaksanaan inti kegiatan dari Pengabdian kepada Masyarakat, dimana pengabdian memberikan informasi terkait dengan literasi gerakan gaya hidup halal kepada para partisipan, literasi yang diberikan meliputi informasi-informasi seputar sektor makanan/minuman halal (halal food) dan konsumsi serta pakaian secara islami (halal fashion), paparan halal-haramnya suatu barang tidak hanya sebatas pada zatnya, akan tetapi dilihat dari aspek lain, yaitu seperti dari cara mendapatkannya maupun prosesnya. Hasil Post-test Gerakan Gaya Hidup Halal Hasil post-test menunjukkan pergerakan yang positif, dapat dilihat dari grafik pada gambar 5, nilai terendah masih ada diangka 20 untuk 1 orang siswa, namun nilai tertinggi naik menjadi 100 pada lebih dari 5 orang

siswa, dan rata-rata nilai yang dihasilkan dari post-test adalah 77.88. jika melihat dari data-data yang didapatkan dari post-test dan dibandingkan dengan pre-test, terdapat kenaikan yang cukup signifikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Antara. (2020). Ma'ruf Amin Targetkan Indonesia Jadi Produsen Produk Halal Terbesar pada 2024. *Tempo.Co*. <https://nasional.tempo.co/read/1399023/maruf-amin-targetkan-indonesia-jadi-produsen-produk-halal-terbesar-pada-2024>
- Bank Indonesia. (2021). Laporan Ekonomi dan Keuangan Syariah 2021. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 5–24.
- Budiman. (2021). ANALISIS LITERASI KEUANGAN MAHASISWA JURUSAN EKONOMI SYARIAH DI RANGKASBITUNG. *Aksioma Musaqqoh: Journal of Islamic Economics and Business Studies*, 4(2), 72–90.
- Fauziah, Rosyidi, A., Koeswinarno, Abidin, Z., Fakhruddin, Ruhana, A. S., Nofandi, A., Junaedi, E., & Mulyono, A. (2021). Sudahkah Muslim Milenial Indonesia Sadar Halal? In *Puslitbang Bimas Agama dan Layanan Keagamaan Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama RI*. Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama RI.
- Muheramtohad, S. (2017). Peran Lembaga Keuangan Syariah dalam Pemberdayaan UMKM di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 8(1), 65–77. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.18326/muqtasid.v8i1.65-77>
- OJK. (2022). *Siaran Pers: Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan Tahun 2022*. <https://www.ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/siaran-pers/Pages/Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Keuangan-Tahun-2022.aspx>
- Samsul, Muslimin, S., & Jafar, W. (2022). Peluang dan Tantangan Industri Halal Indonesia Menuju Pusat Industri Halal Dunia. *Al-Azhar Journal of Islamic Economics*, 4(1), 12–24.