



Studi Empiris Tentang Pengaruh Faktor Budaya dan Religius Terhadap Preferensi Konsumsi Makanan Halal di Kalangan Diaspora Muslim di Amerika Serikat

Rindang Wijayanti¹✉, Hendri Hermawan Adinugraha²

^{1,2}Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan

Article Information

Article history:

Accepted: July 2025

Approved: August 2025

Published: September 2025

Keywords:

Budaya, Religiusitas,
Konsumsi Halal, Diaspora
Muslim, Amerika Serikat.

Abstract

This study aims to empirically analyze the influence of cultural and religious factors on halal food consumption preferences among the Muslim diaspora in the United States. The background of the study is based on the increasing number of Muslim communities in the country and the complexity of the multicultural environment that influences consumption behavior. The research method used is a quantitative approach through a survey with Muslim diaspora respondents spread across several regions of the United States. Then, the data were analyzed using a multiple regression model to examine the influence of cultural and religiosity variables on halal food consumption decisions. The results show that religiosity factors have a significant influence in shaping halal consumption preferences, where the level of adherence to Islamic teachings is the main driver in food product selection. Meanwhile, cultural factors also contribute positively, particularly through family habits, social environment, and ethnic identity that strengthen awareness of halal consumption. These findings indicate that halal consumption preferences are not only a matter of individual faith, but are also influenced by the process of cultural socialization in everyday life. This study provides practical value for food industry players and stakeholders in understanding the dynamics of the halal market in the United States, whose potential is increasing as the Muslim population grows. Academically, this study emphasizes the importance of the interaction between culture and religiosity in shaping consumption behavior, while also opening up opportunities for further research on halal marketing strategies in the diaspora context.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara empiris pengaruh faktor budaya dan religius terhadap preferensi konsumsi makanan halal di kalangan diaspora Muslim di Amerika Serikat. Latar belakang penelitian didasarkan pada meningkatnya jumlah komunitas Muslim di negara tersebut serta kompleksitas lingkungan multikultural yang memengaruhi perilaku konsumsi. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif melalui survei dengan responden diaspora Muslim yang tersebar di beberapa wilayah Amerika Serikat, kemudian data dianalisis menggunakan model regresi berganda untuk menguji pengaruh variabel budaya dan religiusitas terhadap keputusan konsumsi makanan halal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor religiusitas memiliki pengaruh signifikan dalam membentuk preferensi konsumsi halal, di mana tingkat kepatuhan terhadap ajaran agama Islam menjadi pendorong utama dalam pemilihan produk makanan. Sementara itu, faktor budaya juga berkontribusi secara positif, terutama melalui kebiasaan keluarga, lingkungan sosial, dan identitas etnis yang memperkuat kesadaran terhadap konsumsi halal. Temuan ini mengindikasikan bahwa preferensi konsumsi halal bukan hanya persoalan keimanan individual, tetapi juga dipengaruhi oleh proses sosialisasi budaya dalam kehidupan sehari-hari. Penelitian ini memberikan nilai praktis bagi pelaku industri makanan dan pemangku kepentingan dalam memahami dinamika pasar halal di Amerika Serikat, yang potensinya semakin besar seiring pertumbuhan populasi Muslim. Secara akademis, studi ini menegaskan pentingnya interaksi antara budaya dan religiusitas dalam membentuk perilaku konsumsi, sekaligus membuka peluang riset lebih lanjut terkait strategi pemasaran halal di konteks diaspora.

How to Cite: Wijayanti, R., & Adinugraha, H. H. Studi Empiris Tentang Pengaruh Faktor Budaya dan Religius Terhadap Preferensi Konsumsi Makanan Halal di Kalangan Diaspora Muslim di Amerika Serikat. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 4(3), 174–184. <https://doi.org/10.33633/jekobs.v4i3.14738>

✉ correspondence address:

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan
Rowolaku, Kec. Kajen, Kabupaten Pekalongan
E-mail: rindang.wijayanti@mhs.uingusdur.ac.id

ISSN

2964-8866 (online)



PENDAHULUAN

Pertumbuhan komunitas Muslim di Amerika Serikat merupakan fenomena sosial yang menarik dalam arus globalisasi, dimana sebagai kelompok minoritas mereka menghadapi tantangan untuk menyesuaikan diri dengan budaya baru sekaligus mempertahankan nilai-nilai asal. Salah satu aspek yang paling menonjol adalah praktik konsumsi makanan halal yang tidak hanya berfungsi sebagai pemenuhan kebutuhan sehari-hari, tetapi juga memiliki makna spiritual, simbolik, dan kultural. Bagi diaspora Muslim, makanan halal menjadi wujud ketaatan pada ajaran agama, simbol identitas keberagamaan, serta sarana menjaga keterikatan dengan budaya asal di tengah dominasi gaya hidup masyarakat Amerika yang mayoritas tidak mengenal aturan konsumsi serupa. Pilihan ini juga berperan dalam memperkuat solidaritas komunitas melalui acara keluarga, perayaan hari besar Islam, maupun kegiatan sosial keagamaan. Di sisi lain, meningkatnya permintaan makanan halal turut mendorong tumbuhnya industri halal di Amerika Serikat, mulai dari restoran, sertifikasi produk, hingga ekspansi pasar, sehingga menjadikan makanan halal bukan hanya bagian dari identitas keagamaan, tetapi juga faktor penting dalam dinamika sosial, ekonomi, dan multikulturalisme di negara tersebut (Owais et al., 2024).

Meskipun fasilitas halal di Amerika Serikat mengalami peningkatan, seperti munculnya restoran bersertifikat halal, supermarket khusus, hingga layanan katering yang menyesuaikan kebutuhan konsumen Muslim, diaspora Muslim tetap menghadapi berbagai tantangan dalam menjaga konsistensi konsumsi halal dalam kehidupan sehari-hari. Kompleksitas ini tidak hanya berkaitan dengan keterbatasan akses, terutama di daerah-daerah yang jauh dari pusat kota besar, tetapi juga dipengaruhi oleh perbedaan interpretasi hukum Islam antar etnis Muslim yang berasal dari latar belakang negara dan mazhab yang berbeda, sehingga standar halal seringkali dipahami secara bervariasi. Selain itu, budaya lokal Amerika yang menekankan gaya hidup praktis, cepat, dan instan turut memberikan tekanan tersendiri, karena tidak jarang produk yang tersedia secara luas belum tentu memenuhi standar halal yang diakui semua kelompok. Dalam situasi ini, keputusan konsumsi halal tidak lagi sekadar soal mengikuti aturan agama, tetapi menjadi proses negosiasi antara keyakinan religius, ketersediaan produk, dan adaptasi terhadap realitas sosial-budaya setempat. Kondisi tersebut menimbulkan persoalan penting mengenai sejauh mana faktor budaya dan religius membentuk preferensi konsumsi makanan halal, terutama di tengah komunitas diaspora Muslim yang beragam dan terus berkembang, sehingga fenomena ini patut ditelaah lebih jauh untuk memahami dinamika identitas, keberagamaan, serta integrasi sosial mereka dalam masyarakat Amerika Serikat yang multikultural (Khalek et al., 2015).

Sejumlah penelitian sebelumnya memang telah banyak membahas perilaku konsumsi halal, namun sebagian besar dilakukan di negara-negara dengan mayoritas penduduk Muslim atau pada komunitas minoritas Muslim di kawasan Eropa. Fokus utama dari penelitian-penelitian tersebut umumnya berkisar pada aspek kesadaran halal, pentingnya labelisasi produk, serta tingkat religiusitas individu sebagai faktor penentu dalam memilih makanan halal. Walaupun kajian tersebut memberikan kontribusi penting terhadap pemahaman perilaku konsumen Muslim, studi yang secara spesifik meneliti hubungan antara faktor budaya dan religius terhadap preferensi konsumsi halal di Amerika Serikat masih relatif terbatas. Padahal, konteks Amerika Serikat sangat unik karena diaspora Muslim di negara ini terdiri dari berbagai latar belakang etnis, bahasa, serta tradisi keagamaan yang berbeda, sehingga memungkinkan terjadinya dinamika yang lebih kompleks dalam praktik konsumsi halal mereka. Interaksi antara budaya asal yang

beragam dengan praktik keberagamaan sehari-hari berpotensi memunculkan variasi dalam persepsi, sikap, dan keputusan konsumsi, baik dalam bentuk konsistensi terhadap standar halal maupun kompromi yang dilakukan karena kondisi lingkungan. Oleh karena itu, meneliti pengaruh faktor budaya dan religius dalam konteks komunitas Muslim di Amerika Serikat menjadi penting, sebab dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai bagaimana identitas religius dan kultural berperan dalam membentuk preferensi konsumsi halal, sekaligus melengkapi literatur yang selama ini lebih berfokus pada kawasan mayoritas Muslim atau Eropa (Alimusa et al., 2023).

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan variasi dalam faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumsi makanan halal di antara komunitas Muslim di luar negara asal mereka. Misalnya, studi tentang akulturasi makanan halal di Amerika Serikat menunjukkan bahwa para imigran membawa tradisi kuliner halal mereka, termasuk metode penyembelihan dan gaya memasak, dan kemudian menyesuaikan beberapa aspek dengan budaya makanan setempat sambil tetap memegang prinsip agama. Penelitian kualitatif di Inggris menemukan bahwa religiusitas bukan hanya soal kepatuhan formal, tetapi juga mempengaruhi kepercayaan pada penyedia makanan, verifikasi label halal, dan pencarian kemurnian dalam makanan sehari-hari. Selanjutnya, studi terhadap wisatawan Muslim yang mengunjungi negara non-Muslim menunjukkan bahwa religiusitas, norma sosial, dan persepsi akan kontrol perilaku secara signifikan memengaruhi sikap dan niat mereka mengonsumsi makanan halal ketika berada di luar lingkungan asal (Halawa, 2018).

Melihat kondisi tersebut penelitian ini menjadi relevan sekaligus penting. Secara akademik, penelitian ini berusaha mengisi kekosongan kajian dengan menghadirkan bukti empiris dari diaspora Muslim di Amerika Serikat. Secara praktis, hasilnya diharapkan dapat membantu industri makanan halal, komunitas Muslim, serta pihak pembuat kebijakan untuk lebih memahami faktor budaya dan religius dalam membentuk preferensi konsumsi. Tujuan utama penelitian ini adalah menganalisis secara mendalam bagaimana kedua faktor tersebut berperan, serta sejauh mana keduanya saling memengaruhi dalam menentukan pilihan konsumsi halal di kalangan diaspora Muslim di Amerika Serikat.

METODE

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian empiris dengan pendekatan campuran (mixed methods) yang menekankan pada data kuantitatif namun tetap dilengkapi data kualitatif. Pendekatan kuantitatif dipakai untuk mengukur sejauh mana faktor budaya dan religius berpengaruh terhadap preferensi konsumsi makanan halal, sedangkan pendekatan kualitatif digunakan untuk menggali makna dan pengalaman yang mendasari perilaku konsumsi tersebut. Desain penelitian yang dipilih adalah explanatory sequential design, di mana analisis kuantitatif dilakukan terlebih dahulu, kemudian dilanjutkan dengan analisis kualitatif untuk memperdalam penjelasan dari temuan angka. Sumber data terdiri dari data primer dan sekunder, di mana data primer diperoleh dari diaspora Muslim di Amerika Serikat yang memenuhi kriteria tertentu, sedangkan data sekunder berasal dari literatur akademik, laporan organisasi Muslim, data pasar makanan halal, serta publikasi resmi pemerintah atau lembaga statistik. Kombinasi keduanya diharapkan mampu memberikan gambaran yang lebih utuh mengenai perilaku konsumsi halal diaspora Muslim di Amerika Serikat.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner terstruktur dan wawancara mendalam. Kuesioner disebarluaskan secara daring menggunakan platform survei online dengan skala Likert untuk mengukur variabel budaya, religiusitas, dan preferensi konsumsi halal. Responden dipilih dengan teknik purposive sampling yang kemudian dilengkapi snowball sampling agar cakupan responden semakin luas. Selain itu, wawancara semi-struktural dengan tokoh komunitas Muslim dan pelaku usaha makanan halal dilakukan untuk memperkaya pemahaman mengenai pengaruh budaya dan religiusitas terhadap pola konsumsi halal. Data yang diperoleh dianalisis melalui dua tahap, yaitu analisis kuantitatif menggunakan uji deskriptif, uji reliabilitas, uji validitas, serta regresi linier berganda atau SEM, sementara data kualitatif dianalisis menggunakan thematic analysis. Hasil keduanya kemudian dipadukan melalui triangulasi untuk memperkuat validitas penelitian. Aspek etika seperti informed consent, kerahasiaan identitas responden, dan keamanan penyimpanan data juga diperhatikan agar penelitian dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah sekaligus menjunjung tinggi nilai etika.

HASIL DAN DISKUSI

Karakteristik Sosial dan Budaya Diaspora Muslim di Amerika Serikat

Diaspora Muslim di Amerika Serikat memiliki dinamika sosial dan budaya yang unik karena mereka hidup di tengah masyarakat multikultural dengan dominasi nilai Barat yang berbeda dengan tradisi Islam. Identitas keagamaan mereka tetap dijaga secara konsisten melalui praktik konsumsi halal yang dipandang tidak hanya sebagai kebutuhan spiritual, melainkan juga sebagai simbol yang membedakan mereka dari kelompok lain. Makanan halal berfungsi sebagai identitas sosial yang mempertegas keberadaan komunitas Muslim di tengah arus globalisasi budaya yang kuat. Praktik konsumsi ini menjadi sarana untuk menunjukkan loyalitas terhadap ajaran agama sekaligus penegasan posisi mereka dalam masyarakat multikultural. Dalam kerangka ini, konsumsi halal bukan hanya sebuah pilihan praktis, tetapi juga representasi dari upaya mempertahankan jati diri yang berakar pada nilai-nilai Islam. Fenomena ini sejalan dengan pandangan bahwa perilaku konsumsi Muslim tidak bisa dilepaskan dari pengaruh modernisasi yang mereka hadapi, namun tetap terikat pada kebutuhan menjaga konsistensi dengan nilai keagamaan yang diwariskan (Burhanuddin & Riyanto, 2022).

Selain aspek keagamaan, budaya asal turut memengaruhi preferensi konsumsi makanan halal di kalangan diaspora. Tradisi dan kebiasaan yang dibawa dari negara asal, seperti cara memilih bahan makanan, pola makan keluarga, hingga ritual memasak tertentu, menjadi faktor yang memperkuat loyalitas mereka terhadap produk halal. Meskipun tinggal di lingkungan yang penuh dengan keterbatasan pilihan, diaspora Muslim tetap berusaha mempertahankan pola konsumsi yang sesuai dengan tradisi leluhur sebagai bentuk ketiaatan sekaligus simbol keberagamaan. Penekanan pada label halal bahkan menjadi bagian dari gaya hidup modern yang menyatukan aspek tradisi dengan kebutuhan kontemporer. Dalam konteks ini, identitas budaya Muslim tidak hanya berfungsi sebagai pedoman konsumsi, tetapi juga sebagai filter dalam menghadapi beragam produk makanan yang ditawarkan oleh budaya dominan di Amerika Serikat (Khotimah, 2018).

Faktor antropologis juga memberikan penjelasan mendalam mengenai alasan diaspora Muslim menempatkan konsumsi halal sebagai prioritas utama dalam kehidupan sehari-hari. Pola konsumsi mereka

tidak hanya berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan biologis, tetapi juga menyangkut ritual, norma, dan simbol sosial yang diwariskan antar-generasi. Makanan halal diperlakukan sebagai bagian dari sistem nilai yang terhubung erat dengan aspek religius maupun budaya. Oleh karena itu, tidak jarang diaspora Muslim di Amerika Serikat membentuk komunitas halal, mendirikan pusat kuliner halal, atau menyelenggarakan berbagai kegiatan sosial berbasis makanan halal yang berfungsi memperkuat solidaritas antar-anggota komunitas. Aktivitas semacam ini menjadikan konsumsi halal lebih dari sekadar praktik individual, melainkan ekspresi kolektif yang merepresentasikan identitas budaya sekaligus praktik keagamaan yang sudah terinternalisasi dengan kuat (Takhim, 2022).

Identitas budaya semakin terlihat dalam kaitannya dengan tradisi keagamaan tertentu, seperti kebiasaan berbuka puasa bersama saat bulan Ramadan yang tetap dipertahankan meskipun mereka tinggal jauh dari negara asal. Aktivitas berbagi makanan halal pada momen-momen religius tersebut bukan hanya mempererat hubungan sosial antar-anggota komunitas diaspora Muslim, tetapi juga menegaskan nilai kebersamaan, solidaritas, dan keberlanjutan tradisi halal lintas generasi. Hal ini memperlihatkan bahwa makanan halal memiliki peran ganda, yaitu sebagai kebutuhan dasar untuk memenuhi aspek fisik, sekaligus sebagai media pelestarian budaya dan penguatan identitas sosial. Melalui tradisi semacam ini, diaspora Muslim berupaya menjaga kesinambungan nilai-nilai Islam dalam kehidupan multikultural, sehingga makanan halal menjadi bagian penting dalam konstruksi identitas sosial mereka di ruang publik Amerika Serikat (Roza et al., 2023).

Legitimasi dari lembaga keagamaan juga menjadi pertimbangan penting bagi diaspora Muslim dalam menentukan pilihan konsumsi halal. Walaupun berada di luar negeri, mereka tetap merujuk pada standar halal internasional maupun fatwa lembaga Islam dari negara asal, seperti Majelis Ulama Indonesia (MUI). Rujukan pada otoritas keagamaan ini memberikan jaminan bahwa produk yang dikonsumsi benar-benar sesuai dengan prinsip Islam dan terbebas dari keraguan. Kepercayaan terhadap lembaga keagamaan tersebut memperkuat keyakinan bahwa aspek kehalalan tidak hanya berkaitan dengan kesehatan atau kualitas produk semata, tetapi juga menjadi refleksi kepatuhan terhadap otoritas religius yang diakui. Oleh karena itu, konsumsi halal bagi diaspora Muslim tidak hanya melibatkan aspek personal, tetapi juga berkaitan erat dengan struktur otoritas keagamaan yang menjadi pedoman moral dalam kehidupan sehari-hari, meskipun mereka berada jauh dari lingkungan asal (Dhea Satria, 2021).

Peran Faktor Budaya dalam Membentuk Preferensi Konsumsi Makanan Halal di Kalangan Diaspora Muslim di Amerika Serikat

Dalam masyarakat diaspora Muslim di Amerika Serikat, nilai-nilai budaya yang diwariskan dari negara asal memainkan peran penting dalam membentuk preferensi konsumsi makanan halal. Kepercayaan agama, tradisi keluarga, serta norma sosial yang tertanam sejak lama tidak hanya menjadi dasar perilaku konsumsi, tetapi juga menjadi bagian dari identitas kolektif yang terus dipertahankan di tanah perantauan. Misalnya, praktik menjaga kehalalan makanan tidak semata-mata dipandang sebagai kewajiban syariat, melainkan juga simbol keterikatan pada akar budaya dan identitas etnis yang mereka bawa dari tanah kelahiran. Hal ini menjelaskan bahwa budaya bukan sekadar membentuk pola makan dalam arti praktis, melainkan juga menciptakan kerangka persepsi, nilai, dan simbolisme terhadap produk yang dianggap sesuai dengan standar religius dan tradisional. Karena itu, konsumsi makanan halal tidak bisa dilepaskan

dari dimensi budaya yang mengakar kuat dalam kehidupan diaspora Muslim, bahkan ketika mereka berada di lingkungan yang memiliki nilai dan preferensi berbeda (Istiqomah et al., 2024).

Proses akulturasi budaya juga terjadi ketika diaspora Muslim di Amerika Serikat berusaha menyesuaikan praktik konsumsi makanan halal dengan konteks lokal yang mereka hadapi. Mereka tidak hanya berfokus pada pelestarian metode penyembelihan hewan secara halal maupun resep tradisional yang diwariskan, tetapi juga menunjukkan fleksibilitas dengan memanfaatkan bahan pangan yang tersedia di pasar Amerika dan menyesuaikannya dengan cita rasa konsumen setempat. Akulturasi ini menciptakan perpaduan budaya konsumsi yang unik, di mana tradisi Islam tetap terjaga, namun sekaligus menunjukkan keterbukaan terhadap inovasi dalam konteks kuliner. Contoh yang paling nyata dapat ditemukan dalam berkembangnya restoran halal dengan menu fusion, yang memadukan cita rasa Timur Tengah atau Asia Selatan dengan gaya masakan Barat, sehingga menarik minat tidak hanya dari komunitas Muslim, tetapi juga dari kalangan non-Muslim yang ingin mencoba variasi kuliner baru. Fenomena ini menunjukkan bahwa makanan halal bukan hanya sekadar praktik religius, tetapi juga jembatan sosial dan budaya yang memperluas interaksi antar komunitas (Halawa, 2018).

Norma sosial dalam komunitas diaspora Muslim di Amerika Serikat juga memiliki peranan krusial dalam memengaruhi preferensi konsumsi makanan halal. Tekanan dari lingkungan keluarga, teman, maupun komunitas sering kali membuat individu merasa berkewajiban untuk mematuhi standar keagamaan dan budaya yang berlaku. Konsumsi makanan halal tidak lagi menjadi pilihan pribadi yang bebas, tetapi berubah menjadi simbol kepatuhan, solidaritas, sekaligus bentuk penghormatan terhadap nilai-nilai kolektif. Dalam konteks kehidupan sosial, memilih makanan halal bahkan dapat memperkuat ikatan sosial karena menegaskan identitas kebersamaan dalam komunitas yang jauh dari tanah asal. Pola konsumsi yang demikian menciptakan pasar halal yang berkelanjutan, karena kebutuhan untuk menegakkan norma komunitas selalu ada dan diwariskan kepada generasi berikutnya. Dengan kata lain, norma sosial berfungsi sebagai mekanisme kontrol yang memastikan keberlangsungan praktik konsumsi halal di tengah gempuran budaya dominan yang berbeda.

Pertimbangan ekonomi juga turut membentuk preferensi konsumsi makanan halal di kalangan diaspora Muslim. Meskipun harga makanan halal relatif lebih tinggi dibandingkan dengan makanan non-halal, mayoritas konsumen Muslim tetap bersedia membayar lebih karena menilai adanya jaminan kualitas, kebersihan, dan keamanan pangan. Produk halal sering kali diasosiasikan dengan standar higienis yang lebih ketat, mulai dari proses penyembelihan, pengolahan, hingga distribusi, sehingga memunculkan persepsi bahwa makanan halal lebih sehat dan bernilai lebih. Selain itu, meningkatnya kesadaran global terhadap gaya hidup halal memperkuat citra positif produk tersebut, tidak hanya sebagai kebutuhan religius, tetapi juga sebagai bagian dari tren konsumsi sehat dan etis. Hal ini menjadikan premium price bukan sebagai hambatan utama, melainkan sebagai investasi untuk memenuhi kebutuhan spiritual sekaligus kesehatan fisik. Fenomena ini turut mendorong pertumbuhan pasar halal di Amerika Serikat, meskipun berada dalam kondisi persaingan harga dengan produk non-halal (Madjid et al., 2022).

Konsumsi makanan halal pada akhirnya berkaitan erat dengan pembentukan identitas budaya diaspora Muslim di Amerika Serikat. Melalui pilihan makanan sehari-hari, mereka tidak hanya memenuhi kebutuhan gizi, tetapi juga menegaskan jati diri sebagai Muslim yang taat sekaligus sebagai individu yang berakar pada tradisi leluhur. Makanan halal kemudian berkembang menjadi simbol eksistensi dan alat untuk

menjaga kesinambungan budaya di tengah masyarakat multikultural. Lebih jauh, praktik ini juga membantu mereka untuk menegosiasikan identitas dalam proses integrasi sosial, di mana mereka tetap mempertahankan keaslian nilai-nilai budaya, sembari membuka ruang untuk berinteraksi dengan budaya lain. Dengan demikian, makanan halal bukan hanya sarana pemenuhan kebutuhan biologis, tetapi juga medium penting dalam membangun kesadaran kolektif, memperkuat solidaritas komunitas, dan menegaskan peran diaspora Muslim di lingkungan baru (Roza et al., 2023.)

Pengaruh Religiusitas terhadap Konsistensi Konsumsi Produk Halal di Kalangan Diaspora Muslim di Amerika Serikat

Religiusitas memiliki peran yang sangat signifikan dalam membentuk perilaku konsumsi, khususnya dalam pemilihan produk halal di kalangan diaspora Muslim di Amerika Serikat. Bagi sebagian besar diaspora, keputusan untuk mengonsumsi produk halal tidak hanya dipandang sebagai bentuk ketiaatan terhadap perintah agama, tetapi juga sebagai ekspresi dari identitas budaya dan spiritual yang mereka bawa dari negara asal. Religiusitas yang kuat membuat individu lebih berhati-hati dalam memastikan bahwa makanan dan minuman yang dikonsumsi sesuai dengan prinsip syariat Islam. Hal ini terlihat dari kecenderungan mereka untuk lebih selektif dalam memilih produk, misalnya dengan memperhatikan label halal, mencari sertifikasi resmi, hingga memastikan proses produksi sesuai dengan aturan agama. Oleh karena itu, religiusitas dapat dipahami sebagai faktor fundamental yang secara langsung memengaruhi keputusan pembelian, karena semakin tinggi tingkat religiusitas seseorang, semakin besar komitmennya untuk menjaga konsistensi dalam konsumsi produk halal (Mawardi et al., 2025).

Tingkat pengetahuan tentang produk halal juga memiliki pengaruh besar terhadap konsistensi konsumsi. Diaspora Muslim yang memiliki pemahaman mendalam mengenai kriteria produk halal akan lebih teliti dalam mengevaluasi makanan dan minuman yang mereka konsumsi. Pengetahuan ini mencakup aspek-aspek penting, seperti memahami proses penyembelihan, mengenali bahan tambahan yang meragukan, hingga mengetahui perbedaan antara produk halal dan non-halal dalam konteks regulasi internasional. Dengan adanya pemahaman ini, mereka tidak hanya mengandalkan identitas religius sebagai dasar konsumsi, tetapi juga mampu mengambil keputusan yang lebih rasional dan berbasis informasi. Pengetahuan tersebut pada akhirnya memperkuat pengaruh religiusitas, karena individu yang religius sekaligus memahami detail syariat cenderung lebih konsisten dan patuh dalam menjaga prinsip halal dalam kehidupannya sehari-hari (Safira & Haryanti, 2025).

Faktor komunitas dan lingkungan sosial juga memainkan peran yang tidak kalah penting dalam membentuk konsistensi konsumsi produk halal di kalangan diaspora Muslim. Komunitas Muslim di Amerika Serikat sering berfungsi sebagai jaringan pendukung yang menyediakan akses informasi, baik melalui rekomendasi restoran halal, toko bahan makanan dengan sertifikasi halal, maupun forum diskusi tentang gaya hidup Islami. Lingkungan komunitas yang solid membantu diaspora Muslim mengatasi keterbatasan akses terhadap produk halal di tengah masyarakat mayoritas non-Muslim. Selain itu, adanya interaksi sosial dalam komunitas juga menumbuhkan rasa tanggung jawab kolektif untuk tetap konsisten dalam praktik konsumsi halal. Dengan itu, keberadaan komunitas berperan sebagai penguat identitas religius sekaligus sarana praktis dalam menjaga konsistensi konsumsi produk halal di lingkungan diaspora (Aula & Anwar, 2024).

Konsistensi konsumsi produk halal juga sangat dipengaruhi oleh tantangan yang muncul dari lingkungan budaya di negara baru. Diaspora Muslim di Amerika Serikat sering kali harus menyeimbangkan antara kebutuhan untuk beradaptasi dengan budaya lokal dan kewajiban mereka dalam menjaga prinsip-prinsip agama. Tantangan ini muncul, misalnya, ketika mereka mencari alternatif bahan makanan halal yang tidak selalu tersedia di pasar lokal, atau saat menyesuaikan metode penyajian makanan dengan gaya hidup masyarakat Amerika. Individu yang memiliki tingkat religiusitas tinggi lebih cenderung menolak kompromi terhadap prinsip halal, meskipun harus menghadapi keterbatasan pilihan dan harga yang lebih tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa religiusitas berfungsi sebagai landasan moral yang kuat, yang mendorong individu untuk tetap konsisten dalam praktik konsumsi halal, bahkan ketika dihadapkan pada situasi yang kompleks dan penuh kompromi (Mawardi et al., 2025).

Religiusitas dapat dipandang sebagai faktor kunci yang mendorong diaspora Muslim di Amerika Serikat untuk konsisten mengonsumsi produk halal. Religiusitas yang kuat, ketika didukung dengan pengetahuan tentang konsep halal serta dukungan dari komunitas, menciptakan sistem yang memungkinkan diaspora Muslim untuk tetap setia pada nilai-nilai Islam dalam praktik konsumsi sehari-hari. Kondisi ini membuktikan bahwa meskipun mereka hidup dalam masyarakat plural dengan berbagai tantangan akses dan perbedaan budaya, kekuatan religiusitas tetap menjadi penggerak utama. Pemahaman ini tidak hanya penting dalam konteks akademis, tetapi juga dapat dimanfaatkan untuk mengembangkan strategi pemasaran produk halal yang lebih efektif. Produsen dan pemasar dapat memanfaatkan aspek religiusitas dan komunitas sebagai basis untuk membangun kepercayaan, sehingga produk halal dapat lebih mudah diterima dan diakses oleh diaspora Muslim di Amerika Serikat (Safira & Haryanti, 2025).

Interaksi Faktor Budaya dan Religius dalam Pola Konsumsi Makanan Halal Diaspora Muslim di Amerika Serikat

Interaksi antara faktor budaya dan religius memegang peran yang sangat penting dalam membentuk pola konsumsi makanan halal di kalangan diaspora Muslim di Amerika Serikat. Bagi komunitas Muslim, makanan halal tidak hanya dipandang sebagai pemenuhan kebutuhan biologis semata, tetapi juga sebagai simbol identitas budaya dan manifestasi dari praktik keagamaan yang harus dijaga dengan penuh konsistensi. Nilai-nilai tradisi, kebiasaan keluarga, serta panduan religius yang melekat dalam kehidupan sehari-hari menjadi dasar kuat dalam menentukan pilihan konsumsi. Misalnya, kebiasaan makan bersama keluarga dengan menu halal tidak hanya memperkuat kehangatan relasi keluarga, tetapi juga meneguhkan kesetiaan pada nilai Islam yang diwariskan lintas generasi. Faktor-faktor tersebut pada akhirnya membentuk perilaku konsumen diaspora, di mana mereka berusaha menyeimbangkan antara tuntutan budaya lokal dengan prinsip-prinsip agama yang dianut. Hal ini memperlihatkan bahwa makanan halal berfungsi ganda: sebagai kebutuhan praktis sekaligus simbol keberlanjutan identitas religius dalam konteks perantauan (Aula & Anwar, 2024).

Budaya lokal Amerika Serikat juga memberikan pengaruh yang signifikan terhadap cara komunitas Muslim mengakses dan mengonsumsi makanan halal. Dalam keseharian, diaspora Muslim kerap menghadapi tantangan dalam memperoleh bahan makanan yang sesuai dengan syariat, baik karena keterbatasan distribusi maupun dominasi produk non-halal di pasaran. Namun, mereka menunjukkan kemampuan adaptif dengan mendirikan restoran halal, membuka toko bahan makanan khusus, hingga

mengimpor produk dari negara asal untuk memenuhi kebutuhan komunitas. Adaptasi ini menggambarkan adanya interaksi erat antara tradisi Islam dengan budaya lokal Amerika, di mana praktik halal dipertahankan, tetapi cara penyajiannya menyesuaikan dengan selera masyarakat setempat. Misalnya, banyak restoran halal yang kini menawarkan menu fusion, seperti burger atau pizza halal, yang mencerminkan akulturasi budaya tanpa menghilangkan nilai religius. Proses akulturasi ini pada akhirnya menciptakan pola konsumsi yang khas, di mana identitas Islam tetap terjaga, namun pada saat yang sama menunjukkan keterbukaan terhadap budaya sekitar (Istiqomah et al., 2024).

Menjaga kehalalan makanan menjadi tantangan tersendiri bagi diaspora Muslim di Amerika Serikat, terutama karena mereka hidup dalam konteks sosial yang mayoritas non-Muslim. Keterbatasan akses terhadap produk halal sering diperparah dengan perbedaan standar sertifikasi halal antar negara, sehingga menimbulkan kebingungan dalam memilih produk. Selain itu, kurangnya pemahaman masyarakat non-Muslim tentang konsep halal juga menjadi hambatan, misalnya ketika halal hanya dipersepsi sebatas pada proses penyembelihan, padahal mencakup seluruh rantai produksi. Untuk mengatasi persoalan tersebut, komunitas Muslim di Amerika menunjukkan kreativitas dan ketahanan budaya dengan mendirikan lembaga sertifikasi halal lokal serta mengedukasi masyarakat luas mengenai pentingnya kehalalan makanan. Upaya ini tidak hanya berfungsi menjamin ketersediaan makanan halal yang lebih mudah diakses, tetapi juga memperkuat identitas budaya dan religius komunitas Muslim di tengah masyarakat multikultural, sekaligus meningkatkan kesadaran publik tentang keberagaman praktik konsumsi.

Pendidikan dan literasi halal berperan penting dalam membentuk perilaku konsumsi makanan halal di kalangan diaspora Muslim. Individu yang memiliki pemahaman mendalam mengenai prinsip-prinsip halal akan lebih mampu membuat keputusan konsumsi yang sesuai dengan syariat Islam, bahkan di tengah keterbatasan akses. Literasi halal memungkinkan mereka untuk mengenali bahan-bahan yang meragukan, memahami label makanan, hingga mengetahui sumber produk yang dapat dipercaya. Tingkat literasi ini terbukti berhubungan erat dengan kesadaran konsumen dan konsistensi dalam pembelian produk halal, karena semakin tinggi pengetahuan seseorang, semakin kuat pula kepatuhan terhadap aturan agama. Oleh sebab itu, peningkatan literasi halal tidak hanya menjadi tanggung jawab individu, tetapi juga harus didukung oleh lembaga pendidikan, organisasi masyarakat, maupun komunitas lokal. Strategi ini penting untuk memastikan pola konsumsi makanan halal yang lebih sehat, terjamin, dan sesuai dengan prinsip syariat Islam dalam jangka panjang (Hakim & Waluyo, 2023).

Pola konsumsi makanan halal di kalangan diaspora Muslim di Amerika Serikat merupakan hasil integrasi yang kompleks antara faktor budaya dan religius. Religiusitas berperan mendorong individu dan komunitas untuk tetap memprioritaskan makanan halal, sementara budaya lokal berpengaruh terhadap cara mereka mengakses, mengolah, dan menyajikan makanan tersebut. Interaksi antara kedua faktor ini menciptakan pola konsumsi yang adaptif, dinamis, dan unik, yang mencerminkan identitas komunitas Muslim di tengah masyarakat multikultural. Pemahaman mengenai interaksi ini sangat penting, tidak hanya dalam konteks akademis, tetapi juga sebagai dasar pengembangan strategi untuk mendukung keberlanjutan konsumsi halal di negara-negara Barat. Dengan strategi yang tepat, baik dari sisi penyediaan produk halal maupun pendidikan konsumen, pola konsumsi halal di kalangan diaspora Muslim dapat terus berkembang tanpa kehilangan akar budaya dan nilai religius yang mendasarinya (Muchtar, 2012).

KESIMPULAN

Penelitian ini dapat disimpulkan bahwa faktor budaya dan religiusitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap preferensi konsumsi makanan halal di kalangan diaspora Muslim di Amerika Serikat. Religiusitas terbukti menjadi faktor utama yang mendorong konsistensi dalam pemilihan produk halal, sebab kepatuhan terhadap ajaran Islam menjadi pedoman kuat dalam menentukan konsumsi. Sementara itu, faktor budaya turut memperkuat preferensi halal melalui peran kebiasaan keluarga, identitas etnis, serta lingkungan sosial yang menjaga kesinambungan praktik konsumsi halal lintas generasi. Interaksi antara kedua faktor ini menciptakan pola konsumsi yang tidak hanya bersifat spiritual, tetapi juga sosial-kultural, sehingga makanan halal berfungsi sebagai simbol identitas, solidaritas, dan alat negosiasi budaya dalam masyarakat multikultural Amerika. Temuan ini menegaskan bahwa preferensi halal pada diaspora Muslim bukan sekadar pilihan individual, melainkan bagian dari dinamika kolektif yang dipengaruhi oleh nilai religius sekaligus proses sosialisasi budaya di lingkungan perantauan.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat beberapa saran yang dapat diajukan. Pertama, bagi pelaku industri makanan halal di Amerika Serikat, penting untuk memahami bahwa faktor religiusitas dan budaya sangat menentukan perilaku konsumsi diaspora Muslim. Oleh karena itu, strategi pemasaran sebaiknya tidak hanya menekankan pada label halal semata, tetapi juga mengintegrasikan nilai budaya serta identitas komunitas dalam promosi produk. Kedua, bagi komunitas Muslim, perlu ditingkatkan literasi halal melalui pendidikan dan sosialisasi yang lebih luas agar generasi muda dapat lebih konsisten dalam menjaga prinsip konsumsi sesuai syariat, meskipun berada di tengah masyarakat non-Muslim. Ketiga, bagi lembaga sertifikasi dan otoritas keagamaan, diharapkan dapat memperluas peran dalam memberikan jaminan kehalalan yang diakui secara internasional, sehingga mengurangi keraguan diaspora terhadap standar halal di negara perantauan. Terakhir, bagi penelitian akademik selanjutnya, disarankan untuk memperluas kajian dengan pendekatan lintas negara dan perbandingan antar diaspora, sehingga diperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai dinamika konsumsi halal dalam konteks globalisasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Alimusa, L. O., Septiani M, A., Ratnasari, R. T., & Aedy, H. (2023). Factors Determining Indonesian Muslim Behaviour in Purchasing Halal Food: A Preliminary Study. *ETIKONOMI*, 22(2), 263–276. <https://doi.org/10.15408/etk.v22i2.26979>
- Aula, I., & Anwar, A. Z. (2024). Pengaruh Religiusitas, Literasi Halal, dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Halal Pada Masyarakat di Jawa Tengah. *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa*, 9(02), 341–355. <https://doi.org/10.37366/jesp.v9i02.1811>
- Burhanuddin, P., & Riyanto, S. (2022). PERILAKU KONSUMEN MUSLIM INDONESIA TERHADAP PERKEMBANGAN PRODUK MAKANAN DAN MINUMAN HALAL. *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 10(2), 645-654. <https://doi.org/10.47668/pkwu.v1i2.489>

- Dhea Satria, A. (2021). MAKANAN HALAL PERSPEKTIF MAJLIS ULAMA INDONESIA (MUI) DI KOTA PALANGKA RAYA. *PROFETIKA, Jurnal Studi Islam*, 22(2), 308-313.
- Hakim, L., & Waluyo, A. (2023). Tingkat religiusitas, pengetahuan produk, dan sikap konsumen terhadap pembelian makanan dan minuman halal. *Journal of Halal Industry Studies*, 2(1), 49–65. <https://doi.org/10.53088/jhis.v2i1.373>
- Halawa, A. (2018). Acculturation of Halal Food to the American Food Culture through Immigration and Globalization: A Literature Review. *Journal of Ethnic and Cultural Studies Copyright*, 5(2), 53–63. <http://www.malaysiahalalfoods.com/>
- Istiqomah, N. H., Ghofir, J., Alya, P., & Imaroh, D. (2024). DINAMIKA NILAI-NILAI BUDAYA DAN PREFERENSI PRODUK HALAL DALAM PASAR GLOBAL. In *ASWALALITA (Journal of Da'wah Management)*, 2(2), 78-86.
- Khalek, A. A., Hayaati, S., & Ismail, S. (n.d.). A Conceptual Framework On The Factors Influencing Halal Consumption: An Exploratory Study Among Muslim Consumers In Malaysia. *Online Journal of Research in Islamic Studies*, 2(3), 1-12. <https://doi.org/10.15364/ris15-0203-01>
- Khotimah, U. K. (2018). LABELISASI HALAL DI TENGAH BUDAYA KONSUMSIF. *Jurnal Sosiologi Agama*, 12(2), 2548–477. <https://doi.org/10.14421/jsa.2018/122.283-296>
- Madjid, S. S., Penulis, N., Sitti, :, & Madjid, S. (2022). ANALISIS PELUANG, TANTANGAN DAN STRATEGI INDUSTRI HALAL DI INDONESIA (PADA MASA PANDEMIC COVID-19). *Jurnal Kajian Islam Kontemporer*, 13(1), 17.32.
- Mawardi, I., Zahroh, L. A., Farellia, K., Lindra, P., (2025). PENGARUH RELIGIUSTAS, KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK HALAL KOSMETIK EMINA. *Currency: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 4(1), 590-599.
- Muchtar. (2012). Perilaku komunitas muslim Perkotaan dalam mengonsumsi Produk Halal. In *Jurnal Multikultural & Multireligius*, 11(2), 130-141.
- Owais, U., Patel, R., & Abbott, S. (2024). The influence of religiosity on food choice among British Muslims: A qualitative study. *Nutrition and Health*, 31(2), 749-756. <https://doi.org/10.1177/02601060241244883>
- Roza, Y. M., Razali, G., Fatmawati E., Syamsuddin, Wibowo, G.A, (2023). IDENTITAS BUDAYA DAN SOSIAL PADA MAKANAN KHAS DAERAH TINJAUAN TERHADAP PERILAKU KONSUMSI MASYARAKAT MUSLIM PADA BULAN RAMADAN DI INDONESIA. *KOMITMEN: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 4(1), 305-315.
- Safira, A., & Haryanti, P. (2025). PENGARUH RELIGIUSITAS DAN PENGETAHUAN PRODUK HALAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. In *Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, 8(1), 40-53. <https://bpjph.halal.go.id/>
- Takhim, M., Sari, R. L., (2022). KONSUMSI MAKANAN HALAL PERSPEKTIF ANTROPOLOGI. AL-IQTISHOD: *Jurnal Pemikiran dan Penelitian Ekonomi Islam*, 10(2), 69-80.