

Pentingnya konsumsi makanan halal pada mahasiswa dan pekerja migran muslim di Korea

The importance of halal food consumption among muslim students and migrant workers in South Korea

Soepatini^{1*}, Putri Linggasari Sofi², Rini Kuswati³, Sri Indra Kurnia⁴

¹ Universitas Muhammadiyah Surakarta, Indonesia, email :soepatini@ums.ac.id

² Universitas Muhammadiyah Surakarta, Indonesia, email :rk108@ums.ac.id

³ Universitas Muhammadiyah Surakarta, Indonesia, email :yi245@ums.ac.id

*Koresponden penulis

Info Artikel

Diajukan: 30 November 2024

Diterima: 13 Januari 2026

Diterbitkan: 30 Juni 2026

Keyword:

Indonesian Muslim Citizens, Halal Products, South Korea

Kata Kunci:

WNI Muslim, Produk Halal, Korea Selatan

Abstract

The stark cultural differences between Indonesia and South Korea are the main trigger in highlighting the need to remain "aware" of halal product choices. Awareness of these differences plays a crucial role in shaping consumption preferences and is the basis for the purpose of this service. The purpose of this Community Service (PkM) is to increase awareness and knowledge about the importance of halal product consumption, as well as help facilitate access to halal products in South Korea. This activity is in collaboration with the Muhammadiyah Special Branch Leadership (PCIM) South Korea and the Indonesian Muslim Family Association (IKMI). This service activity produces location guides and data bases of Halal restaurants and shops in Seoul and Busan, product halalness education modules, mass media publications, and video publications. All of these efforts are directed to create a positive and sustainable impact, with output targets in the form of publication of service articles and policy recommendations for the South Korean Embassy, PCIM and IKMI and the UMS International Affairs Office.

Abstrak

Perbedaan kultur yang mencolok antara Indonesia dan Korea Selatan menjadi pemicu utama dalam menyoroti kebutuhan untuk tetap "aware" terhadap pilihan produk halal. Kesadaran akan perbedaan ini memainkan peran krusial dalam membentuk preferensi konsumsi dan menjadi dasar bagi tujuan pengabdian ini. Tujuan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini adalah meningkatkan kesadaran dan pengetahuan mengenai pentingnya konsumsi produk halal, sekaligus membantu memfasilitasi akses terhadap produk halal di Korea Selatan. Kegiatan ini bekerjasama dengan Pimpinan Cabang Istimewa Muhammadiyah (PCIM) Korea Selatan dan Ikatan Keluarga Muslim Indonesia (IKMI). Kegiatan pengabdian ini menghasilkan panduan lokasi dan data base restoran dan toko Halal di Seoul dan Busan, modul edukasi keberhalalan produk, publikasi media massa, dan publikasi video. Keseluruhan upaya ini diarahkan untuk menciptakan dampak positif dan berkelanjutan, dengan target luaran berupa publikasi artikel

PENDAHULUAN

Industri halal telah menjadi fokus utama dalam berbagai sektor, melibatkan aspek kehidupan yang luas seperti makanan, minuman, keuangan, pakaian, kosmetik, farmasi, rekreasi, dan media. Hal ini diakibatkan adanya kesadaran keberagamaan umat Islam di berbagai belahan dunia semakin meningkat, dimana umat muslim cenderung memiliki sikap wara' (kehati-hatian) dalam mengonsumsi berbagai produk dan jasa, seperti makanan, pakaian, obat-obatan, kosmetik, pariwisata, dan media (Wijayanto et al., 2023). Umat Muslim memilih hanya mengonsumsi produk yang telah memenuhi standar kehalalan Islam.

Kesadaran atas kebutuhan produk halal tidak hanya mencerminkan kebutuhan praktis tetapi juga mencermati tuntutan spiritual dan etika konsumsi, yang menjadi bagian integral dalam pandangan hidup umat Islam (Rafiki et al., 2024; Sandikci, 2021). Perkembangan industri halal ini tidaklah sesuatu yang baru, sejarahnya merentang dari zaman Nabi Muhammad SAW hingga zaman modern. Sebagai agama komprehensif, Islam memberikan pedoman yang mencakup seluruh lini kehidupan, termasuk bisnis (Al-Samarraie et al., 2021; Damayanti, 2023). Dalam menjalankan bisnis, Islam tidak hanya mengatur prinsip-prinsip bisnis tetapi juga menekankan kepatuhan pada etika dan nilai-nilai spiritual (Humaidi, 2020). Keselarasan antara bisnis dan prinsip Islam menjadi landasan penting dalam membangun masyarakat yang sehat.

Dalam era globalisasi, Korea Selatan menjadi salah satu wilayah dengan peningkatan signifikan muslim yang berasal dari keberadaan mahasiswa dan pekerja migran. Pada tahun 2020, jumlah muslim di Korea Selatan mencapai 200.000 jiwa, populasi muslim ini meningkat sekitar 22,7% dari tahun 2017 dan sebanyak 150.000 berasal dari muslim asing yang bermukim atau tinggal di Korea Selatan (Paradays, 2022). Kehadiran mereka tidak hanya menjadi bagian integral dari keberagaman budaya, tetapi juga membawa tantangan tersendiri, terutama dalam mempertahankan identitas keislaman mereka. Komunitas Muslim yang tinggal di negara berpenduduk mayoritas non-Muslim kerap mengalami kendala praktis dalam menjalankan ajaran agama seperti terbatasnya akses terhadap makanan halal dan tempat ibadah yang memadai (Harisudin, 2025). Kendala komunitas Muslim diaspora di negara-negara non-Muslim bukan hanya terkendala oleh akses terbatas terhadap fasilitas ibadah, tetapi juga oleh benturan nilai budaya dan norma sosial yang seringkali bertentangan dengan standar publik dimana praktik agama seringkali tidak didukung secara terbuka (Bouchara, 2021). Selain itu, diskriminasi sosial juga kerap menjadi hambatan utama dalam proses integrasi mereka di masyarakat multikultural (Rini Ramadhani et al., 2025).

Sebuah wawancara oleh lembaga swadaya Masyarakat mengungkapkan bahwa setidaknya ada tiga hambatan utama bagi imigran muslim Indonesia

yang bekerja di korea, yaitu terkait dengan bahasa, budaya, dan makanan halal (Srimulyani, 2021). Hambatan-hambatan ini berdampak langsung pada kenyamanan mereka dalam menjalankan ajaran agama dalam kegiatan sehari-hari. Oleh karena itu, untuk menjawab tantangan tersebut, kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini dirancang sebagai respons terhadap kebutuhan nyata komunitas Muslim di Korea Selatan, khususnya mahasiswa dan pekerja migran. Program ini berfokus pada edukasi dan sosialisasi mengenai pentingnya konsumsi makanan halal, baik dari sisi hukum Islam, kesehatan, maupun aspek sosial dan keberlanjutan.

Mahasiswa sebagai calon pemimpin masyarakat di masa depan memiliki potensi untuk menjadi agen perubahan yang signifikan. Mengadopsi gaya hidup halal tidak hanya memenuhi aspek spiritual, tetapi juga memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan kualitas hidup dan kesehatan mental individu (KNEKS, 2020). Kesadaran akan gaya hidup halal tidak lagi semata-mata kewajiban religius, melainkan menjadi pilihan hidup yang mencerminkan nilai-nilai kesehatan, keamanan, dan kesejahteraan diri (Ahmad et al., 2024). Sementara itu, pekerja migran, yang seringkali berada di luar lingkaran utama masyarakat, memerlukan dukungan dan pemahaman ekstra dalam menjalankan gaya hidup halal. Dukungan berupa sosialisasi mengenai produk halal, kehadiran komunitas Muslim lokal, serta dukungan lembaga seperti Korea Muslim Federation sangat penting dalam membantu pekerja migran Indonesia memahami dan mempertahankan prinsip halal di lingkungan diaspora (Harisudin, 2025).

Dengan demikian, Pengabdian kepada Masyarakat ini bertujuan untuk tidak hanya meningkatkan pemahaman mahasiswa dan pekerja migran di Korea Selatan terkait konsumsi produk halal, tetapi juga memberdayakan mereka untuk mengadopsi gaya hidup halal sebagai bagian yang tak terpisahkan dari identitas keislaman mereka. Dengan demikian, tujuan utama PkM ini adalah menciptakan dampak positif yang lebih luas dalam mewujudkan masyarakat yang lebih inklusif dan memahami nilai-nilai keagamaan di tengah tantangan globalisasi.

A. Analisis Situasi

Analisis situasi menjadi langkah awal yang krusial dalam merinci konteks yang menjadi fokus Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini. Melalui analisis situasi terhadap tumbuhnya mahasiswa dan pekerja imigran muslim di Korea Selatan yang semakin meningkat sedangkan kelompok muslim di Korea Selatan adalah kelompok minoritas, diketahui bahwa terdapat tantangan yang mereka hadapi untuk tinggal di lingkungan baru seperti pemahaman mendalam tentang bagaimana mereka berinteraksi dengan lingkungan sekitar yaitu bahasa, budaya, dan terutama dalam hal konsumsi produk halal, akan menjadi dasar yang kokoh untuk merancang program sosialisasi yang relevan dan efektif.

B. Permasalahan Mitra

1. Keterbatasan Akses dan Ketersediaan Produk Halal

Mahasiswa dan pekerja migran Muslim di Korea Selatan menghadapi tantangan dalam mendapatkan akses yang memadai terhadap produk halal. Keterbatasan pilihan dan minimnya informasi tentang tempat atau toko yang menyediakan produk halal menjadi hambatan utama. Kondisi ini dapat mempersempit pilihan mereka dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari, terutama terkait dengan makanan, minuman, dan produk konsumen lainnya.

2. Minimnya Informasi Mengenai Keberhalalan Produk

Kurangnya pengetahuan tentang kehalalan suatu produk menjadi permasalahan yang signifikan. Mahasiswa dan pekerja migran seringkali menghadapi kesulitan dalam menentukan apakah suatu produk memenuhi standar kehalalan Islam atau tidak. Dalam beberapa kasus, minimnya label halal pada kemasan produk dan ketidakpahaman terkait bahan-bahan yang digunakan dalam produksi dapat menyulitkan mereka dalam membuat keputusan konsumsi yang sesuai dengan prinsip keagamaan

3. Kurangnya Dukungan dan Pemahaman Lingkungan sekitar

Pada tingkat sosial, kurangnya dukungan dan pemahaman dari masyarakat lokal terhadap kebutuhan keagamaan mahasiswa dan pekerja migran menjadi permasalahan yang perlu dicermati. Ketidakpahaman terkait praktik keislaman, seperti pola makan dan pemilihan produk halal, dapat menciptakan ketidaknyamanan dan isolasi sosial. Ini dapat memengaruhi kesejahteraan psikologis mereka dan juga memberikan dampak pada integrasi sosial dan budaya di Korea Selatan

METODE PELAKSANAAN

Berdasarkan pemaparan pada pendahuluan di atas, terdapat garis besar permasalahan yang dialami mitra yaitu (1) Keterbatasan Akses dan Ketersediaan Produk Halal; (2) Minimnya Informasi Mengenai Keberhalalan Produk; dan (3) Kurangnya Dukungan dan Pemahaman Lingkungan sekitar. Maka dari itu, untuk menyelesaikan permasalahan mitra, berikut beberapa kegiatan yang dilakukan:

No.	Permasalahan Mitra	Solusi yang dilakukan	Indikator
1.	Keterbatasan Akses dan Ketersediaan Produk Halal	Mapping Lokasi Penyedia Produk Halal.	● Tersedia database restoran halal di Korea Selatan.
2.	Minimnya Informasi Mengenai Keberhalalan Produk	Workshop dan Seminar secara online dan offline terkait prinsip-prinsip kehalalan produk.	● Pemahaman terkait prinsip kehalalan produk > 50%. ● Tersedianya booklet halal sebagai

			panduan pengetahuan prinsip halal dan haram.
3.	Kurangnya Dukungan dan Pemahaman Lingkungan sekitar	Membangun program yang melibatkan masyarakat untuk untuk menciptakan pemahaman dan dukungan sosial melalui publikasi di berbagai media.	<ul style="list-style-type: none"> ● Adanya pertemuan bersama yang melibatkan mahasiswa, pekerja migran, komunitas muslim, kedutaan besar, dan pakar halal dari UMS. ● Publikasi berita di media massa dan Youtube. ● Publikasi pada jurnal nasional.

Berikut merupakan detail kegiatan yang akan dilakukan:

A. Mapping Lokasi Penyedia Produk Halal

Melakukan survei dan pemetaan lokasi-lokasi yang menyediakan produk halal di sekitar area tempat tinggal mahasiswa dan pekerja migran. Informasi ini diharapkan dapat dijadikan dasar untuk membuat panduan yang mudah diakses, membantu mereka menemukan toko atau restoran yang menyediakan produk halal dengan lebih cepat.

B. Workshop dan Seminar

Mengadakan workshop dan seminar reguler yang memberikan pemahaman mendalam tentang prinsip-prinsip keberhalalan produk. Acara ini melibatkan ahli dalam bidang kehalalan dan memberikan pemahaman yang lebih baik terkait dengan label, bahan-bahan, dan standar keberhalalan yang berlaku. Dengan tujuan untuk memberikan dukungan terhadap kelompok mahasiswa dan pekerja imigran muslim di Korea, kegiatan ini mengundang kedutaan besar indonesia di korea sehingga kedutaan besar untuk audiensi dan membuat dokumen kebijakan tentang konsumsi produk halal.

C. Program Keterlibatan Masyarakat

Membangun program yang melibatkan masyarakat lokal untuk memahami kebutuhan dan praktik keagamaan komunitas Muslim. Kegiatan pengabdian kepada Masyarakat ini dilaksanakan melalui Kerjasama dengan Pimpinan Cabang Istimewa Muhammadiyah (PCIM) Korea Selatan, Ikatan Keluarga Muslim Indonesia (IKMI), dan kedutaan besar Indonesia di Korea Selatan (KBRI). Kerjasama ini diharapkan dapat memberikan dukungan

dinamika budaya yang beragam. Kemudian, penelitian Novitasari et al. (2021) menyoroti bahwa kesadaran akan kehalalan serta ketersediaan informasi yang transparan mengenai status produk atau layanan menjadi faktor utama dalam pengambilan keputusan pembelian makanan halal. Tanpa dukungan data yang memadai, konsumen Muslim berisiko mengalami keraguan, kekhawatiran, bahkan kesulitan dalam memenuhi kebutuhan spiritualnya. Selanjutnya, menurut Purnomo et al. (2024), sertifikasi dan literasi halal memegang peranan penting dalam membentuk keputusan konsumen, termasuk dalam konteks pariwisata dan mobilitas antarwilayah. Ketika informasi tentang tempat makan serta status kehalalannya dapat diakses dengan baik, hal tersebut memberikan kenyamanan, kepuasan, dan rasa aman bagi Muslim yang berada jauh dari lingkungan komunitasnya.

Oleh karena itu, pemetaan restoran halal bukan hanya sekadar solusi terhadap keterbatasan akses makanan halal, tetapi juga merupakan upaya konkret dalam memberdayakan komunitas Muslim diaspora. Hasil dari pemetaan ini berpotensi menjadi landasan pengembangan panduan digital atau aplikasi berbasis lokasi yang memudahkan pencarian restoran halal, sekaligus menjadi sumber informasi strategis bagi komunitas maupun pemangku kepentingan dalam membangun ekosistem halal lintas wilayah.

B. Sosialisasi Produk Halal

Kesadaran dan gaya hidup halal sangat dipengaruhi oleh intensitas edukasi dan sosialisasi, serta pentingnya pelatihan berkelanjutan dalam menghadapi tantangan global dan budaya lintas batas (Oktapiani et al., 2025). Sebagai upaya strategis dalam meningkatkan pemahaman dan kepedulian komunitas Muslim, sosialisasi produk halal ini dilakukan. Kegiatan ini tidak hanya menyajikan informasi dasar mengenai kehalalan produk, tetapi juga memberikan bekal praktis agar peserta mampu membuat keputusan konsumsi secara sadar dan mandiri.

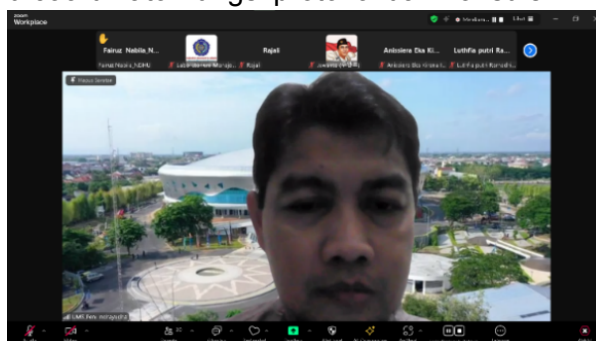
Program sosialisasi ini diselenggarakan dalam dua format yaitu seminar tatap muka dan webinar. Sesi pertama adalah seminar tatap muka dimana kegiatan ini dilaksanakan pada Masjid Al Falah Seoul dilaksanakan pada pagi hari Minggu, 2 Juni 2024, pukul 10.00 Waktu Korea Selatan. Jumlah peserta pada kegiatan ini sebanyak 30 peserta yang terdiri dari mahasiswa double degree, student exchange di Dong A dan Kongju University, serta pekerja migran muslim. Materi disampaikan oleh Ibu Soepatini, S.E., M.Si., Ph.D., CMA., yang mengulas secara mendalam mengenai prinsip halal-haram, urgensi sertifikasi halal, serta tantangan konsumsi halal di negara mayoritas non-Muslim.





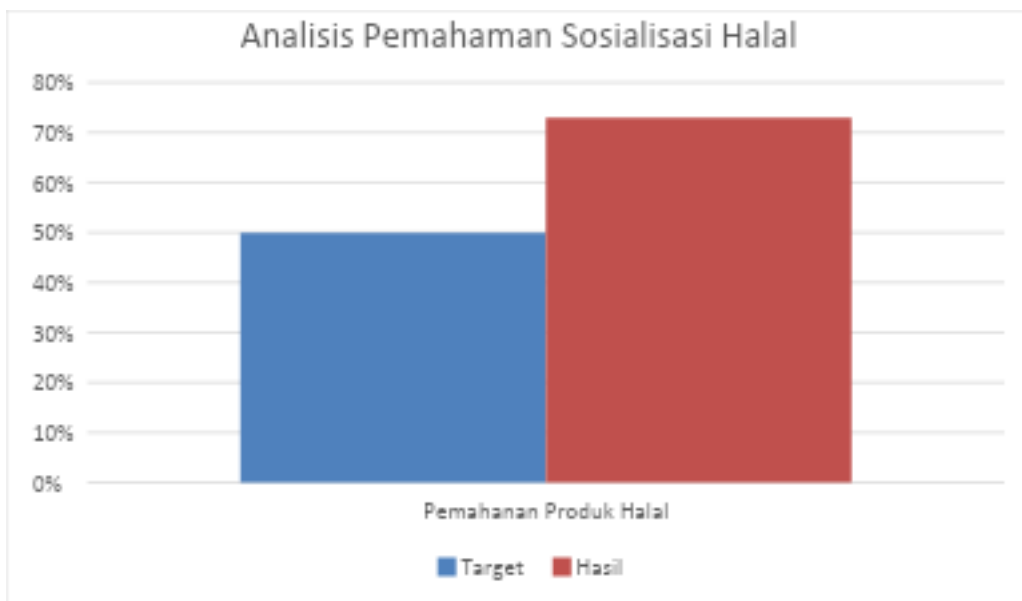
Gambar 2. Dokumentasi kegiatan seminar

Sedangkan sesi kedua yaitu webinar yang dilakukan secara daring melalui Zoom Meeting yang membahas mengenai pentingnya konsumsi produk halal dilaksanakan pada petang hari Senin, 8 Juli 2024, pukul 18.30 WIB atau 20.30 Waktu Korea Selatan. Jumlah peserta dari kegiatan ini adalah 17 peserta termasuk mahasiswa, pekerja migran, pemateri, dan Ketua PCIM Korea Selatan. Kegiatan ini dimulai pada pukul 18.30 dengan pemateri yaitu Bapak Peni Indrayudha dari Fakultas Farmasi, Universitas Muhammadiyah Surakarta. Beliau merupakan ketua Pusat Studi Halal di UMS. Selain mahasiswa dan pekerja migran, webinar ini juga diikuti oleh Bapak Teuku Zulkaryadi selaku coordinator fungsi protokol dan konsuler KBRI Seoul.



Gambar 3. Webinar Sosialisasi Pentingnya Konsumsi Produk Halal

Dalam rangka menganalisis tercapainya indikator keberhasilan pemahaman peserta terkait materi yang diberikan dilakukan penyebaran kuisisioner setelah sosialisasi. Kuisisioner ini berisi pertanyaan terkait materi yang telah dipaparkan yaitu mengenai masalah halal di negara dengan populasi penduduk muslim minoritas, sertifikasi halal, prinsip halal haram, dan pariwisata halal. Berdasarkan hasil kuisisioner yang disebarakan didapatkan hasil sebagai berikut.



Gambar 4. Hasil Pemahaman Produk Halal Peserta Kegiatan

Berdasarkan gambar 4, diketahui indikator target ketercapaian pemahaman konsumsi produk halal pada kegiatan PKM ini sebesar 50%. Setelah dilakukan penyebaran kuisioner sebagai bentuk post-test kegiatan, kami mendapatkan hasil bahwa rata-rata pemahaman peserta mencapai 73% yang menyatakan bahwa target telah tercapai, sehingga dapat disimpulkan bahwa adanya sosialisasi mengenai urgensi produk halal berhasil meningkatkan kesadaran dan pemahaman para mahasiswa dan pekerja migran muslim yang tinggal di Korea Selatan.

Urgensi kegiatan ini didukung oleh temuan berbagai studi Rahma et al. (2024) menunjukkan bahwa pelatihan halal berkontribusi besar dalam memperkuat identitas keislaman serta pemahaman praktis konsumsi halal di kalangan pekerja migran Muslim Korea Selatan, sekaligus mempererat jejaring sosial dan solidaritas komunitas diaspora. Kemudian, adanya edukasi sertifikasi halal ini akan berdampak positif terhadap peningkatan pengetahuan serta mendorong akses layanan sertifikasi yang lebih aktif (Yusriati & Amrizal, 2023).

Oleh karena itu, secara keseluruhan, kegiatan ini memberikan dampak positif, di antaranya yaitu meningkatkan literasi halal melalui pemahaman tentang label, bahan, dan sertifikasi produk, menguatkan identitas religious dengan membantu peserta tetap konsisten menjalankan syariat di lingkungan multikultural, mendorong konsumsi sehat dan etis melalui wawasan tentang produk halal, dan mempererat komunitas dan jejaring solidaritas.

C. Program Keterlibatan Masyarakat dan Publikasi di berbagai media

Program pengabdian masyarakat ini dirancang mengintegrasikan forum kolaboratif antar institusi serta publikasi informasi melalui berbagai saluran media. Kegiatan pengabdian ini melibatkan perwakilan dari IKMI, PCIM, dan kedutaan besar Indonesia di Korea Selatan sebagai langkah untuk memberikan dukungan kepada mahasiswa dan pekerja migran muslim dan memperkuat hubungan antara komunitas muslim yang tinggal di Korea Selatan. Forum-forum tersebut memainkan peran penting sebagai media advokasi kebutuhan komunitas Muslim diaspora, khususnya dalam hal akses terhadap produk halal dan layanan keagamaan. Sinergi antar beberapa sektor otoritas pemerintah local dan komunitas Muslim setempat berkontribusi besar dalam membangun kepercayaan pengguna dan memperluas jangkauan akses terhadap produk halal yang layak konsumsi (Munandar & Fahrurrozi, 2025).

Kami juga menyebarkan berita di media massa dengan judul “Tim Dosen UMS Gelar Pengabdian Masyarakat Internasional di Seoul, Korsel” (<https://soerakarta.id/tim-dosen-ums-gelar-pengabdian-masyarakat-internasional-di-seoul-korsel/>) dan publikasi video di Youtube dengan judul “Sinergi UMS, PCIM, & IKMI: Pentingnya Produk Halal & Manajemen Stres bagi Diaspora di Korea Selatan” (<https://www.youtube.com/watch?v=E0B1MQ9kx-4>) untuk mendukung kesadaran masyarakat terhadap realitas dan kebutuhan mahasiswa dan pekerja migran muslim yang tinggal di Korea Selatan. Kemudian, sebagai sarana meningkatkan kesadaran dan dukungan bagi para akademisi, kami juga melakukan publikasi jurnal dengan harapan membantu memberikan solusi yang lebih lanjut dan meningkatkan ekosistem halal di Korea Selatan. Temuan Lohr et al. (2022) mengonfirmasi bahwa pemanfaatan digital storytelling melalui media video edukatif dan narasi visual berperan efektif dalam membangun kesadaran publik terhadap beragam isu sosial dan kebudayaan. Pendekatan visual ini juga terbukti mampu mendorong transformasi perilaku yang konstruktif dan berkelanjutan dalam jangka panjang.

Selain itu, sebagai langkah keberlanjutan program, kami juga menyusun sebuah dokumen Kebijakan tentang Konsumsi Produk Halal bagi Pekerja Migran dan Mahasiswa di Korea Selatan dimana dokumen ini secara khusus memberikan rekomendasi kepada UMS dan universitas lain yang akan mengirimkan mahasiswa mereka untuk mengikuti program double degree dan student exchange ke Korea Selatan. Selain itu, dokumen ini juga memberikan rekomendasi kepada Dong-A University, Youngsan University, Kongju University, dan universitas Korea Selatan lain yang menerima mahasiswa muslim dari Indonesia. Rekomendasi juga diberikan kepada kedutaan besar Indonesia dan Lembaga Keagamaan di Korea Selatan.

Pembuatan dokumen ini sejalan dengan temuan Wijayanto et al. (Al-Samarraie et al., 2021) yang menggarisbawahi adanya sinergi antara regulasi kelembagaan dan pendekatan edukatif yang aplikatif memberikan

pengaruh signifikan dan berjangka panjang terhadap ketahanan sosial serta peningkatan kesejahteraan ekonomi Masyarakat. Oleh karena itu, dokumen kebijakan yang dikembangkan dalam kegiatan ini dimaksudkan sebagai instrumen implementatif yang dapat diterapkan secara nyata oleh perguruan tinggi, perwakilan diplomatik, dan institusi keagamaan untuk membentuk lingkungan institusional yang responsif dan inklusif, yang mendukung keberlangsungan gaya hidup syariah secara konsisten dan berkelanjutan bagi diaspora Muslim.

KESIMPULAN

Kegiatan ini telah memberikan kontribusi bagi mahasiswa dan pekerja migran dalam permasalahan yaitu (1) Keterbatasan Akses dan Ketersediaan Produk Halal; (2) Minimnya Informasi Mengenai Keberhalalan Produk; dan (3) Kurangnya Dukungan dan Pemahaman Lingkungan sekitar. Untuk menyelesaikan permasalahan ini, Kegiatan pengabdian ini menghasilkan panduan lokasi dan data base restoran dan toko Halal di Seoul dan Busan, modul edukasi keberhalalan produk, publikasi media massa, dan publikasi video. Keseluruhan upaya ini diarahkan untuk menciptakan dampak positif dan berkelanjutan, dengan target luaran berupa publikasi artikel pengabdian dan rekomendasi kebijakan untuk Kedubes Korea Selatan, PCIM dan IKMI dan Kantor Urusan Internasional UMS.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih terutama ditujukan kepada pemberi dana penelitian atau donatur. Ucapan terima kasih dapat juga disampaikan kepada pihak-pihak mitra, yakni Pimpinan Cabang Istimewa Muhammadiyah (PCIM) Korea Selatan dan Ikatan Keluarga Muslim Indonesia (IKMI). Terakhir, ucapan terima kasih juga ditujukan untuk mahasiswa, dosen, dan pihak lain yang membantu kelancaran kegiatan dari awal hingga akhir.

DAFTAR RUJUKAN

- Ahmad, I., Truna, D. S., & Gibson, A. (2024). Global Halal Lifestyle: Transformasi Spiritual Concern kepada Healthy and Quality Concern Dalam Agama Digital. *JRK (Jurnal Riset Komunikasi)*, 15(2). <https://doi.org/10.31506/jrk.v15i1.29130>
- Al-Samarraie, S. A., Al-Samarraie, N. A. F. M., & Al-Samarraie, I. S. A. (2021). Peaceful Coexistence Policy Applied by the Prophet Mohammed (PBUH) in Al-Medina. *Utopía y Praxis Latinoamericana: Revista Internacional de Filosofía Iberoamericana y Teoría Social*, 1, 81–89.
- Bouchara, A. (2021). Taboos as a Cultural Cleavage Between Muslim Immigrants and Secular Western Publics: Bridging the Gaps by Viewing Integration as a Two-Way Process. *Islamophobia Studies Journal*, 6(2). <https://doi.org/10.13169/islastudj.6.2.0228>

- Damayanti, I. (2023, April 3). *Strategi-Strategi yang Ditempuh Rasulullah SAW Majukan Perekonomian di Madinah | Republika Online*. <https://islamdigest.republika.co.id/berita/rsjbnn320/strategistrategi-yang-di-tempuh-rasulullah-saw-majukan-perekonomian-di-madinah>
- Darmansyah, D., Fianto, B. A., Hendratmi, A., & Aziz, P. F. (2021). Factors determining behavioral intentions to use Islamic financial technology. *Journal of Islamic Marketing*, 12(4), 794–812. <https://doi.org/10.1108/JIMA-12-2019-0252>
- Harisudin, M. N. (2025). *Argumentasi Fikih untuk Minoritas Muslim*. <https://archive.org/details/m.-noor-harisudin-argumentasi-fikih-untuk-minoritas-muslim-2020>
- Humaidi, M. (2020). The Salient Features of Medina Market in the Early Islam and its Relevance Today. *El Barka: Journal of Islamic Economics and Business*, 3(2), 162–188. <https://doi.org/10.21154/elbarka.v3i2.2434>
- KNEKS. (2020). *Gaya Hidup Halal Untuk Meningkatkan Kualitas Hidup Manusia*. <https://kneks.go.id/storage/upload/1605495263-Insight%20Edisi%2012%20Fin.pdf>
- Lohr, A. M., Raygoza Tapia, J. P., Valdez, E. S., Hassett, L. C., Gubrium, A. C., Fiddian-Green, A., Larkey, L., Sia, I. G., & Wieland, M. L. (2022). The use of digital stories as a health promotion intervention: a scoping review. *BMC Public Health*, 22(1), 1180. <https://doi.org/10.1186/s12889-022-13595-x>
- Munandar, S. A., & Fahrurrozi, F. (2025). Halal Taiwan application: Facilitating access to products for minority Muslim communities. *International Journal of Halal Industry*, 1(1), 100–116. <https://doi.org/10.20885/IJHI.vol1.iss1.art7>
- Novitasari, D., Chidir, G., Sutardi, D., Iskandar, J., & Pebrina, E. T. (2021). The Role of Halal Awareness on Purchase Intention of Halal Food: Evidence from Indonesian Working Students. *International Journal of Science and Management Studies (IJSMS)*, 31–44. <https://doi.org/10.51386/25815946/ijms-v4i1p104>
- Oktapiani, N., Al Farisi, M. S., & Herawati, E. (2025). Halal Lifestyle, Awareness, and Consumer Behavior: Implications for the Halal Food Market in Dayeuh Village, Indonesia. *JEKSYAH: Islamic Economics Journal*, 5(01), 47–62.
- Paradays, N. (2022). Potret Komunitas Muslim di Korea Selatan: Studi kasus Korea Muslim Federation (KMF), 1990-2020. *Socio Historica: Journal of Islamic Social History*, 1(2), 102–126. <https://doi.org/10.15408/sh.v1i2.27321>
- Purnomo, I. A., Pratikto, H., & Suharsono, N. (2024). The Influence of Halal Certification and Halal Awareness on Purchasing Decisions. *East Asian Journal of Multidisciplinary Research*, 3(4), 1567–1578. <https://doi.org/10.55927/eajmr.v3i4.8861>

- Rafiki, A., Hidayat, S. E., & Nasution, M. D. T. P. (2024). An extensive effect of religiosity on the purchasing decisions of halal products. *PSU Research Review*, 8(3), 898–919. <https://doi.org/10.1108/PRR-07-2022-0093>
- Rahma, A., Maulani, A., Rohayati, T., & Kualasari, Y. (2024). The Resilience Of Muslim Identity And The Awareness Of Halal Principles Among Indonesian Migrant Workers (Imws) In South Korea. *Penamas*, 37(2), 172–185.
- Rini Ramadhani, Kharisatun Nafila, Aulia Maharani, Anisa Dwi Amalia, & Ely Mufidah. (2025). Analisis Islamofobia Terhadap Integrasi Muslim Di Negara Minoritas Islam. *Millatuna: Jurnal Studi Islam*, 2(01), 91–102. <https://doi.org/10.33752/mjsi.v2i01.8225>
- Sandikci, O. (2021). Religion and Everyday Consumption Ethics: A Moral Economy Approach. *Journal of Business Ethics*, 168(2), 277–293. <https://doi.org/10.1007/s10551-019-04422-2>
- Srimulyani, E. (2021). Indonesian Muslim Diaspora in Contemporary South Korea: Living as Religious Minority Group in Non-Muslim Country. *Samarah: Jurnal Hukum Keluarga Dan Hukum Islam*, 5(2), 668. <https://doi.org/10.22373/sjkh.v5i2.9733>
- Wijayanto, G., Nursanti, A., Pramadewi, A., Fitri, Rifqi, A., Roesdi, R., & Pratiwi, D. (2023). Knowledge Wirausaha dalam menciptakan ekosistem: Kebijakan Pemerintah, Pelatihan dan Pendampingan. *Jurnal Pengabdian West Science*, 2(07), 605–615. <https://doi.org/10.58812/jpws.v2i07.544>
- Yusriati, Y., & Amrizal, D. (2023). Effectiveness of implementing halal certification through socialization and training to MSMEs in North Sumatra. *Proceeding International Seminar of Islamic Studies*, 1973–1980.

