

---

---

## Dampak Mukbang terhadap Perekonomian Syariah: Peluang dan Tantangan di Era Digital 2024

**Nopita Sari**

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kerinci, Indonesia

Email: [Nopitasari191@yahoo.com](mailto:Nopitasari191@yahoo.com)

---

### Abstrak

Fenomena mukbang yang berasal dari Korea Selatan, telah menjadi tren global yang memengaruhi perilaku konsumsi, khususnya di kalangan generasi muda di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi dampak mukbang terhadap perekonomian syariah, dengan fokus pada peluang dan tantangan yang muncul di era digital 2024. Dengan meningkatnya minat konsumen terhadap produk halal, mukbang berpotensi meningkatkan permintaan akan makanan yang bersertifikat halal, sekaligus memberikan peluang bagi UMKM untuk mendapatkan eksposur yang lebih luas. Penelitian ini mengkaji hubungan antara mukbang dan perilaku konsumen, inovasi produk, serta kebijakan yang mendukung pengembangan perekonomian syariah. Penelitian ini menggunakan metode studi literatur, di mana data dikumpulkan dari berbagai jurnal dan artikel yang relevan dengan fenomena mukbang dan ekonomi syariah. Data tersebut dianalisis untuk mengidentifikasi hubungan antara mukbang, perilaku konsumsi, dan dampaknya terhadap perkembangan UMKM halal di Indonesia. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang bermanfaat bagi pelaku industri, akademisi, dan pembuat kebijakan dalam merumuskan strategi yang tepat untuk memanfaatkan peluang yang ada sambil mengatasi tantangan yang dihadapi. Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa fenomena mukbang tidak hanya berdampak pada perilaku konsumsi, tetapi juga memberikan peluang signifikan bagi pengembangan perekonomian syariah.

**Kata kunci:** mukbang, ekonomi syariah, era digital 2024

### Abstract

*The mukbang phenomenon, which originated in South Korea, has become a global trend that affects consumption behavior, especially among the younger generation in Indonesia. This research aims to explore the impact of mukbang on the sharia economy, focusing on the opportunities and challenges that arise in the digital era in 2024. With the increasing consumer interest in halal products, mukbang has the potential to increase the demand for halal-certified food, as well as provide opportunities for MSMEs to gain wider exposure. This study examines the relationship between mukbang and consumer behavior, product innovation, and policies that support the development of the sharia economy. This study uses a literature study method, where data is collected from various journals and articles relevant to the mukbang phenomenon and sharia economics. The data was analyzed to identify the relationship between mukbang, consumption behavior, and its impact on the development of halal MSMEs in Indonesia. The results of this study are expected to provide useful insights for industry players, academics, and policymakers in formulating the right strategies to take advantage of existing opportunities while overcoming the challenges faced. The conclusion of this study shows that the mukbang phenomenon not only has an impact on consumption behavior, but also provides significant opportunities for the development of the sharia economy.*

**Keywords:** mukbang, sharia economy, digital era 2024

---

## PENDAHULUAN

Fenomena mukbang di Indonesia telah meroket dalam beberapa tahun terakhir, terutama di kalangan generasi muda yang aktif di media sosial seperti YouTube dan TikTok (Munif, 2020). Asal-usul mukbang dari Korea Selatan telah diadaptasi dengan beragam gaya, di mana para pembuat konten menampilkan makanan dalam jumlah besar sambil berinteraksi dengan penonton. Konten ini tidak hanya mencakup makanan cepat saji, tetapi juga masakan tradisional dan makanan sehat, menciptakan daya tarik yang luas. Interaksi sosial dalam mukbang memberi penonton rasa kebersamaan meskipun secara virtual, sehingga membuat pengalaman menonton menjadi lebih menyenangkan (Prayoga, 2021). Dampak ekonomi juga signifikan, dengan meningkatnya penjualan produk makanan dan minuman yang dipromosikan oleh influencer mukbang (Kamarudin & Azian, 2024). Namun, fenomena ini juga menghadapi kritik terkait dampak kesehatan dari kebiasaan makan yang tidak sehat dan etika konsumsi berlebihan, sehingga memunculkan perdebatan di kalangan masyarakat (Juanda, 2024). Secara keseluruhan, mukbang di Indonesia telah menjadi bagian penting dari budaya konsumsi digital yang terus berkembang dan beradaptasi dengan tren local Farda, (2023)

Mukbang memiliki dampak signifikan terhadap perekonomian syariah di Indonesia (Shohip, 2021). Pertama, fenomena ini meningkatkan permintaan akan makanan halal, mendorong produsen untuk lebih memperhatikan sertifikasi halal dalam produk mereka. Selain itu, mukbang juga berkontribusi pada promosi kuliner lokal, memberikan peluang bagi UMKM untuk mendapatkan eksposur yang lebih luas dan meningkatkan penjualan. Kolaborasi antara influencer dan restoran mendorong inovasi produk, menciptakan menu yang menarik sekaligus memenuhi prinsip syariah. Namun, di balik peningkatan penjualan, ada tantangan terkait pola konsumsi yang berlebihan, yang mengajak diskusi tentang pentingnya etika konsumsi dalam ekonomi syariah. Secara keseluruhan, mukbang dapat menjadi alat promosi efektif untuk perekonomian syariah, asalkan tetap memperhatikan aspek kesehatan dan tanggung jawab sosial.

Fenomena mukbang memberikan peluang signifikan bagi UMKM halal di Indonesia (Tarigan, 2024). Dengan meningkatnya popularitas mukbang, banyak kreator konten mulai menampilkan makanan dari berbagai usaha kecil, khususnya yang bersertifikat halal Amir, (2023) Ini membantu UMKM untuk mendapatkan eksposur lebih luas melalui platform media sosial, sehingga menarik perhatian konsumen yang mencari produk halal. Selain itu, mukbang menciptakan tren baru dalam pemasaran, di mana restoran dan UMKM dapat berkolaborasi dengan influencer untuk mempromosikan produk mereka secara langsung kepada audiens yang lebih besar. Kolaborasi ini tidak hanya meningkatkan penjualan tetapi juga memperkuat citra brand UMKM sebagai penyedia makanan berkualitas dan halal (Adinugraha et al., 2022). Dengan menonjolkan masakan tradisional dan unik, mukbang juga membantu melestarikan kuliner lokal, memberikan identitas dan kebanggaan bagi masyarakat. Dalam konteks ini, UMKM halal tidak hanya berperan dalam perekonomian, tetapi juga dalam mempertahankan warisan budaya kuliner Indonesia.

Penelitian mengenai "Dampak Mukbang Terhadap Perekonomian Syariah: Peluang dan Tantangan di Era Digital 2024" sangat penting karena fenomena mukbang telah menjadi bagian integral dari perilaku konsumsi masyarakat modern, terutama di kalangan generasi muda. Dengan meningkatnya popularitas mukbang, penting untuk memahami bagaimana hal ini dapat memengaruhi kesadaran dan permintaan terhadap produk halal, yang sejalan dengan prinsip ekonomi syariah. Selain itu, mukbang memberikan peluang signifikan bagi UMKM halal untuk mendapatkan eksposur yang lebih luas melalui platform digital, mendorong pertumbuhan bisnis mereka. Namun, fenomena ini juga

menghadapi tantangan, seperti potensi pola konsumsi berlebihan yang bertentangan dengan nilai-nilai syariah. Penelitian ini dapat memberikan wawasan tentang inovasi produk, kebijakan yang mendukung, dan dampak etis dari konsumsi digital, sehingga memberikan kontribusi penting bagi pengembangan ekonomi syariah di Indonesia dalam menghadapi era digital yang terus berkembang.

Penelitian dari Meitasari & Anshari, (2023) menyoroti bahwa meskipun mukbang memberikan peluang pemasaran yang besar bagi UMKM, ada kekhawatiran terkait dampak kesehatan dari konsumsi berlebihan yang ditampilkan dalam konten mukbang.

Kebaruan yang dihadirkan didalam penelitian ini adalah Integrasi Tren Mukbang dengan Ekonomi Syariah. Penelitian ini adalah salah satu yang pertama mengeksplorasi hubungan antara fenomena mukbang dengan sebuah tren global dalam dunia digital dan ekonomi syariah, terutama terkait dengan produk halal dan UMKM halal di Indonesia. Ini memberikan perspektif unik tentang bagaimana tren konsumsi digital dapat memengaruhi sektor ekonomi berbasis syariah

Penelitian ini memiliki beberapa manfaat utama. Pertama, hasil penelitian diharapkan memberikan pemahaman mendalam tentang pengaruh mukbang terhadap ekonomi syariah, khususnya dalam hal promosi dan permintaan produk halal. Kedua, penelitian ini dapat membantu UMKM yang bergerak di sektor makanan halal untuk memanfaatkan tren mukbang sebagai strategi pemasaran yang efektif. Ketiga, penelitian ini akan berkontribusi pada literatur akademik terkait dampak konsumsi digital terhadap ekonomi berbasis syariah, memberikan wawasan bagi para pembuat kebijakan dalam merumuskan regulasi terkait konsumsi digital yang sesuai dengan prinsip syariah.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dampak mukbang terhadap peningkatan kesadaran dan permintaan produk halal di Indonesia, mengidentifikasi peluang yang diciptakan oleh fenomena mukbang bagi UMKM halal, khususnya dalam hal eksposur dan penjualan produk, mengkaji tantangan yang muncul dalam fenomena mukbang terkait dengan pola konsumsi berlebihan dan dampaknya terhadap prinsip-prinsip ekonomi syariah. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam memahami bagaimana tren mukbang dapat berfungsi sebagai alat yang mendukung ekonomi syariah di Indonesia, sambil tetap memperhatikan aspek etika dan kesehatan konsumsi.

## **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan studi literatur, di mana penelitian ini mengidentifikasi dan menganalisis tren terkini dalam bidang konsumsi makanan, khususnya mukbang Juanda, (2024). Kriteria pemilihan sumber mencakup dokumen yang relevan, tahun publikasi, dan kesesuaian topik dengan fokus penelitian. Sumber data yang diakses terdiri dari beberapa jurnal yang berkaitan dengan judul penelitian ini. Data dari literatur atau jurnal yang relevan akan diorganisasi, dianalisis, dan disintesis untuk menemukan pola atau kesenjangan dalam penelitian yang ada. Melalui pendekatan ini, diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai fenomena mukbang dan implikasinya dalam konteks perekonomian syariah.

Penelitian ini menggunakan metode studi literatur (**literature review**) untuk menganalisis fenomena mukbang dalam kaitannya dengan perkembangan perekonomian syariah di Indonesia, khususnya dalam era digital. Penelitian ini berfokus pada mengumpulkan dan menganalisis berbagai data sekunder dari artikel ilmiah, jurnal, buku, serta sumber-sumber terpercaya lainnya yang relevan dengan topik penelitian. Langkah-langkah dalam metode ini meliputi:

### 1. Pengumpulan Data

- a. Data yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari berbagai jurnal dan artikel ilmiah yang membahas fenomena mukbang, perilaku konsumsi, ekonomi syariah, serta tren digital. Sumber-sumber data diidentifikasi berdasarkan relevansi topik dan diterbitkan dalam lima tahun terakhir untuk menjaga keakuratan dan relevansi data.
- b. Kriteria inklusi dalam pengumpulan literatur meliputi artikel yang membahas mukbang dan perilaku konsumsi di media digital, artikel terkait UMKM halal, dan sumber yang membahas ekonomi syariah dalam konteks digital. Data juga mencakup kebijakan dan peraturan terkait ekonomi syariah dan promosi produk halal di Indonesia.
- c. Studi literatur juga mencakup kebijakan pemerintah yang mendukung perkembangan ekonomi syariah serta pengaruh media sosial terhadap perilaku konsumen, khususnya terkait konsumsi makanan halal.

### 2. Analisis Data

- a. Data yang telah dikumpulkan kemudian dianalisis menggunakan teknik **content analysis** untuk mengidentifikasi tema-tema utama yang berkaitan dengan peluang dan tantangan mukbang terhadap ekonomi syariah. Teknik ini dilakukan dengan cara memetakan tren konsumsi, pengaruh mukbang terhadap UMKM halal, serta tantangan yang muncul dalam kaitan dengan konsumsi berlebihan yang tidak sesuai dengan prinsip syariah.
- b. Setiap literatur yang relevan dikelompokkan berdasarkan kategori-kategori seperti pengaruh mukbang terhadap perilaku konsumsi, peran mukbang dalam promosi produk halal, serta kebijakan yang mendukung perekonomian syariah di era digital.

### 3. Pendekatan Teoritis

- a. Penelitian ini mengacu pada teori-teori perilaku konsumen dan ekonomi syariah, yang menjadi landasan untuk memahami hubungan antara tren mukbang dan perkembangan ekonomi syariah. **Teori perilaku konsumsi Islami** menjadi dasar dalam mengkaji bagaimana pola makan yang dipromosikan dalam konten mukbang dapat memengaruhi perilaku konsumsi halal.
- b. Teori **ekonomi digital** juga digunakan untuk menganalisis bagaimana platform media sosial, seperti YouTube dan TikTok, berperan dalam memberikan eksposur lebih luas kepada UMKM halal melalui konten mukbang.

### 4. Prosedur Validasi Data

- a. Untuk menjaga validitas dan reliabilitas, data yang diperoleh dari berbagai sumber literatur diseleksi secara ketat. Hanya sumber yang memiliki kredibilitas tinggi, seperti jurnal yang terindeks atau buku yang diterbitkan oleh penerbit akademis, yang dimasukkan dalam analisis.
- b. Setiap hasil analisis dibandingkan dengan hasil dari penelitian sebelumnya untuk memastikan konsistensi temuan dan kesesuaian dengan konteks perekonomian syariah di Indonesia.

Dengan menggunakan pendekatan studi literatur, penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai fenomena mukbang dan implikasinya terhadap perekonomian syariah di era digital. Pendekatan ini diharapkan dapat menghasilkan wawasan yang bermanfaat dalam mendukung UMKM halal dan memastikan bahwa tren mukbang tetap sejalan dengan prinsip-prinsip ekonomi syariah

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Perilaku konsumsi yang baik dalam Islam ditandai oleh prinsip-prinsip yang mendorong umat Muslim untuk mengonsumsi makanan dan barang dengan cara yang sehat, etis, dan bertanggung jawab Sahib & Ifna, (2024) Islam mengajarkan pentingnya moderasi, di mana umat dianjurkan untuk tidak berlebihan dalam makan dan minum, sebagaimana tercantum dalam Surah Al-A'raf (7:31) yang mengingatkan untuk tidak berlebih-lebihan Nahar & Hidayatulloh, (2021) Selain itu, hanya mengonsumsi makanan yang halal dan baik sangat ditekankan, dengan menjaga sumber dan cara penyajiannya sesuai syariat Tsani et al., (2021) Rasa syukur atas nikmat yang diberikan Allah juga menjadi bagian integral dalam perilaku konsumsi, seperti yang diingatkan dalam Surah Ibrahim (14:7) Dewi & Munirah, (2022) Umat Muslim juga diharapkan untuk memilih makanan yang sehat demi menjaga kesehatan tubuh, yang merupakan amanah. Selain itu, kesadaran sosial dalam berbagi makanan dengan yang membutuhkan dan menghindari pemborosan merupakan nilai penting dalam konsumsi, sehingga tercipta solidaritas dalam masyarakat. Dengan mengikuti prinsip-prinsip ini, perilaku konsumsi yang baik dalam Islam tidak hanya menguntungkan individu, tetapi juga memberikan dampak positif bagi lingkungan dan komunitas Andriyani, (2019)

Perilaku konsumsi yang baik dalam Islam ditandai oleh prinsip-prinsip seperti moderasi, kehalalan, dan kesadaran social (Yanti, 2018). Dalam konteks ini, perilaku mukbang sering kali bertentangan dengan prinsip-prinsip tersebut. Berikut beberapa poin mengenai pertentangan ini:

1. Moderasi: Islam mendorong umatnya untuk mengonsumsi makanan secara moderat dan tidak berlebihan. Mukbang, yang sering kali menampilkan konsumsi makanan dalam porsi besar, dapat mempromosikan perilaku makan yang berlebihan, yang bertentangan dengan prinsip "makan dan minum, tetapi jangan berlebih-lebihan" (Qur'an, Surah Al-A'raf: 31).
2. Kehalalan: Dalam Islam, hanya makanan yang halal yang boleh dikonsumsi. Banyak konten mukbang mungkin tidak mempertimbangkan aspek kehalalan dalam memilih makanan, sehingga berpotensi mengedukasi penonton tentang pilihan yang tidak sesuai dengan syariat (Juanda, 2024).
3. Kesehatan dan Kesejahteraan: Islam menekankan pentingnya menjaga kesehatan. Perilaku mukbang yang mendorong konsumsi makanan yang tidak sehat atau berlebihan bisa berdampak negatif pada kesehatan fisik, yang bertentangan dengan ajaran untuk menjaga tubuh sebagai Amanah Meitasari & Anshari, (2023)
4. Kesadaran Sosial: Perilaku konsumsi yang baik dalam Islam juga melibatkan tanggung jawab sosial, seperti berbagi dengan sesama. Mukbang, yang sering kali bersifat individualistik, bisa mengabaikan aspek solidaritas sosial, di mana umat Islam dianjurkan untuk peduli dan berbagi dengan mereka yang kurang beruntung Farda, (2023)
5. Fokus pada Spiritualitas: Islam mengajarkan bahwa konsumsi harus disertai dengan kesadaran akan nikmat Allah dan rasa syukur. Mukbang, yang sering kali lebih berfokus pada hiburan dan konsumsi daripada spiritualitas, dapat mengalihkan perhatian dari tujuan yang lebih mendalam dalam menikmati makanan sebagai bentuk nikmat yang harus disyukuri.

Dengan demikian, perilaku konsumsi yang baik dalam Islam seharusnya mencerminkan keseimbangan antara kebutuhan fisik dan spiritual, serta memperhatikan aspek sosial dan kesehatan, yang sering kali bertentangan dengan fenomena mukbang. Beberapa kasus perilaku mukbang yang dilarang dalam Islam mencakup konsumsi makanan yang tidak halal, seperti daging babi atau minuman beralkohol, yang jelas

bertentangan dengan prinsip kehalalan. Selain itu, mukbang sering menampilkan konsumsi makanan dalam porsi yang sangat besar, mendorong perilaku makan berlebihan yang bertentangan dengan ajaran Islam tentang moderasi. Praktik pemborosan juga sering terlihat, di mana makanan yang disajikan tidak dihabiskan dan dibuang, mencerminkan sikap tidak menghargai nikmat Allah. Mukbang yang mempromosikan makanan cepat saji, tinggi gula, dan lemak dapat merugikan kesehatan, bertentangan dengan prinsip Islam yang menekankan pentingnya menjaga kesehatan tubuh. Terakhir, fenomena mukbang sering kali mengabaikan tanggung jawab sosial, seperti ketidakadilan dan kelaparan di masyarakat, serta dapat mendorong sikap materialistik dengan menjadikan konsumsi sebagai hiburan utama, yang tidak sejalan dengan nilai-nilai kesederhanaan dalam Islam. Contohnya kasus dari seorang kreator konten asal China meninggal secara tragis saat mukbang atau makan dalam jumlah banyak yang disiarkan secara langsung. Dokter menyatakan perempuan bernama Pan Xiaoting itu meninggal karena makan berlebihan. Hasil autopsi mengungkapkan adanya deformasi parah pada perutnya. Selain itu, di dalam perutnya penuh dengan makanan yang tidak tercerna (detik.com).

Meskipun tren mukbang memiliki banyak sisi positif, terdapat juga sisi negatif yang perlu diperhatikan, terutama dalam konteks UMKM halal. Pertama, mukbang sering kali menampilkan konsumsi berlebihan, yang dapat mendorong perilaku tidak sehat di kalangan konsumen. Hal ini dapat berdampak pada citra UMKM yang berfokus pada produk makanan sehat, karena konsumen mungkin mengasosiasikan produk dengan pola makan yang berlebihan. Kedua, adanya risiko bahwa beberapa konten mukbang dapat memperkenalkan makanan yang tidak halal atau kurang memperhatikan aspek kesehatan, sehingga mengaburkan nilai-nilai penting dalam konsumsi makanan. Ini bisa mempengaruhi reputasi UMKM yang menjunjung tinggi prinsip kehalalan dan kesehatan.

Ketiga, tren mukbang yang sangat mengandalkan promosi visual dapat menyebabkan UMKM dengan produk yang kurang menarik secara visual terabaikan, meskipun mereka menawarkan kualitas yang baik. Hal ini menciptakan ketidakadilan dalam persaingan.

Namun, meskipun ada tantangan ini, dengan pendekatan yang tepat, UMKM halal dapat memanfaatkan tren mukbang untuk menciptakan konten yang menekankan aspek kehalalan, kesehatan, dan keunikan produk mereka. Edukasi tentang konsumsi yang bijak dan sehat juga dapat diintegrasikan dalam konten mukbang untuk meningkatkan kesadaran masyarakat, mengubah sisi negatif menjadi peluang yang mendukung pertumbuhan ekonomi syariah secara berkelanjutan.

Mengubah sisi negatif mukbang menjadi peluang yang mendukung pertumbuhan ekonomi syariah secara berkelanjutan di Indonesia dapat dilakukan melalui beberapa langkah strategis yang melibatkan kebijakan pemerintah. Berikut adalah beberapa cara yang dapat diterapkan (Hartati, 2019):

1. Edukasi Konsumen: Pemerintah dapat meluncurkan program edukasi tentang pola makan sehat dan prinsip konsumsi yang baik dalam Islam (Yazid, 2023). Ini dapat mencakup kampanye media untuk meningkatkan kesadaran tentang moderasi, kehalalan, dan pentingnya memilih makanan bergizi.
2. Pengaturan dan Regulasi: Menerapkan regulasi yang mendorong konten mukbang untuk menampilkan makanan sehat dan halal. Misalnya, pemerintah dapat bekerja sama dengan platform media sosial untuk menetapkan pedoman bagi kreator konten, memastikan bahwa mereka mempromosikan produk yang sesuai dengan syariah dan tidak mengedepankan perilaku konsumsi berlebihan.
3. Pemberian Insentif untuk UMKM Halal: Memberikan insentif bagi UMKM yang memproduksi makanan halal dan sehat, seperti subsidi, pelatihan, atau akses ke

pembiayaan yang lebih baik. Hal ini dapat mendorong inovasi dalam produk makanan yang sesuai dengan nilai-nilai syariah.

4. Kolaborasi dengan Influencer dan Kreator Konten: Pemerintah dapat menjalin kemitraan dengan influencer dan kreator konten untuk mempromosikan makanan halal dan sehat melalui mukbang. Dengan menampilkan produk dari UMKM halal, mereka dapat membantu meningkatkan visibilitas dan penjualan.
5. Pengembangan Standar Halal: Mendorong pengembangan standar dan sertifikasi halal yang jelas untuk produk makanan, serta memfasilitasi proses sertifikasi bagi UMKM. Hal ini akan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk yang ditawarkan.
6. Penguatan Infrastruktur Pemasaran: Membangun platform digital yang mendukung pemasaran produk UMKM halal, memudahkan akses konsumen ke produk-produk berkualitas. Hal ini termasuk memperkuat e-commerce dan pasar digital yang mengutamakan produk halal.
7. Mendukung Riset dan Inovasi: Mengalokasikan dana untuk riset dan pengembangan dalam sektor makanan halal, sehingga UMKM dapat berinovasi dalam menciptakan produk baru yang menarik dan sehat untuk pasar.

Dengan langkah-langkah ini, pemerintah dapat menciptakan ekosistem yang mendukung pertumbuhan ekonomi syariah secara berkelanjutan, sekaligus meminimalkan dampak negatif dari tren mukbang. Ini akan membantu membangun kesadaran dan pengetahuan tentang konsumsi yang baik dalam Islam, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui UMKM halal.

Gambaran kebijakan pemerintah Indonesia mengenai pengembangan ekonomi syariah melalui mukbang mencakup berbagai langkah strategis yang bertujuan untuk mendukung UMKM halal dan meningkatkan kesadaran masyarakat. Salah satu kebijakan utama adalah penerapan Undang-Undang Jaminan Produk Halal, yang memastikan bahwa produk makanan yang ditampilkan dalam konten mukbang memenuhi standar kehalalan. Selain itu, pemerintah telah meluncurkan kampanye edukasi tentang pentingnya konsumsi makanan halal dan sehat, yang melibatkan kementerian terkait untuk mendidik masyarakat dan kreator konten. Program-program dukungan untuk UMKM halal, termasuk pelatihan dan akses ke pembiayaan, juga telah diimplementasikan untuk mendorong inovasi dalam produk kuliner. Selain itu, pemerintah berkolaborasi dengan influencer untuk mempromosikan produk lokal dalam konteks mukbang, serta memperkuat infrastruktur digital untuk mendukung penjualan online produk halal. Melalui langkah-langkah ini, pemerintah berupaya menciptakan ekosistem yang mendukung pertumbuhan ekonomi syariah secara berkelanjutan dalam tren mukbang (Adamsah & Subakti, 2022).

## **KESIMPULAN**

Kesimpulan dari penelitian tersebut adalah bahwa perilaku konsumsi yang baik dalam Islam, yang mengutamakan moderasi, kehalalan, kesehatan, dan kesadaran sosial, seringkali bertentangan dengan fenomena mukbang yang cenderung mendorong konsumsi berlebihan dan dapat mengabaikan nilai-nilai syariah. Meskipun mukbang memiliki sisi positif, seperti potensi untuk mendukung UMKM halal, tantangan yang dihadapi, seperti risiko konsumsi makanan tidak sehat dan kurangnya solidaritas sosial, perlu ditangani. Oleh karena itu, kebijakan pemerintah yang mendukung pengembangan ekonomi syariah melalui mukbang harus fokus pada regulasi, edukasi, dan kolaborasi dengan pelaku UMKM untuk memastikan bahwa tren ini dapat memberikan dampak positif bagi kesehatan masyarakat dan pertumbuhan ekonomi syariah yang berkelanjutan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adamsah, B., & Subakti, E. (2022). Perkembangan Industri Halal terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia. *Indonesia Journal of Halal*, 5(1), 71–75.
- Adinugraha, H. H., Andrian, R., Ikhrom, W. A., Setyani, R. A. G., Sibyani, H., Mukarromah, F., Fauzi, U. H., Ifiandri, A., Masruroh, I., & Safitri, A. (2022). *Perkembangan Industri Halal di Indonesia*. Scientist Publishing.
- Amir, C. (2023). Sertifikasi Halal sebagai Upaya Pengembangan UMKM Roti Gapek di Kabupaten Wonogiri (Studi Kasus Pada Roti Gapek Inagiri). *Inisiasi*, 12(2), 101–108. <https://doi.org/10.59344/inisiasi.v12i2.121>
- Andriyani, A. (2019). Kajian Literatur pada Makanan dalam Perspektif Islam dan Kesehatan (Literature analysis on food in islam and Health Perspective). *Jurnal Kedokteran Dan Kesehatan*, 15(2), 178.
- Dewi, A., & Munirah. (2022). Konsep Syukur dalam Al-Qur'an (Studi QS. Ibrahim [14]:7 dengan Pendekatan Ma'na Cum Maghza). *Studi Keislaman*, 3, 182–197.
- Farda, V. R. (2023). Mukbang Analisis Patologi Sosial tentang Konsumsi Makanan Ekstrem di Internet. *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*, 25(2), 348. <https://doi.org/10.26623/jdsb.v25i4.8118>
- Hartati, R. (2019). Peran Negara dalam Pelaksanaan Jaminan Produk Halal. *ADIL: Jurnal Hukum*, 10(1), 1–23.
- Juanda, R. R. (2024). *Analisis Konten Mukbang dalam Perspektif Komunikasi Islam pada Channel Youtube Tanboy Kun*. IAIN Parepare.
- Kamarudin, S. N., & Azian, F. U. M. (2024). Impak Pengaruh Media Sosial terhadap Amalan Pengambilan Makanan dalam Kalangan Belia. *Jurnal Wacana Sarjana*, 8(4), 1–20.
- Meitasari, D., & Anshari, D. (2023). Tayangan Mukbang dan Perilaku Kesehatan Dewasa Muda: Tinjauan Literatur. *Jurnal Riset Kesehatan Poltekkes Depkes Bandung*, 15(2), 385–395. <https://doi.org/10.34011/juriskesbdg.v15i2.2250>
- Munif, Y. R. (2020). *Manajemen Produksi Konten Streaming dengan Konsep Hifzhil Lisan Channel Youtube Fauzi Noerdin*. Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif ....
- Nahar, M. H., & Hidayatulloh, M. K. (2021). Diet in Islamic Perspective. *Jurnal AlifLam Journal of Islamic Studies and Humanities*, 2(2), 206–215. <https://doi.org/10.51700/aliflam.v2i2.224>
- Prayoga, K. (2021). *Perempuan di Balik Meja Makan*. Penerbit Lutfi Gilang.
- Sahib, M., & Ifna, N. (2024). Urgensi Penerapan Prinsip Halal dan Thayyib dalam Kegiatan Konsumsi. *POINT: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 6(1), 53–64. <https://doi.org/10.46918/point.v6i1.2256>
- Shohip, A. (2021). *Pengaruh Harga dan Label Halal terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Mi Samyang dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Mahasiswa Ekonomi Syariah IAIN MADURA)*. Institut Agama Islam Negeri Madura.
- Tarigan, N. A. B. (2024). *Analisis Dampak Content Creator dalam Pengembangan Usaha Kuliner di Kota Banda Aceh Perspektif Ekonomi Syariah*. UIN Ar-raniry.

- Tsani, A. F., Susilo, H., Setiawan, U., Suyanto, & Sudanto. (2021). Halal and Thayyib Food in Islamic Sharia Perspective (Makanan Halal dan Thayyib dalam Perspektif Syariat Islam). *Ijma*, 1(1), 97–109.
- Yanti, I. (2018). Analisis pengaruh faktor psikologis dan religiusitas perilaku Muslimah Kota Medan terhadap Konsumsi Kosmetik Halal dan Baik. *At-Tawassuth: Jurnal Ekonomi Islam*, 1(1), 294–313.
- Yazid, A. (2023). *Relevansi Kebijakan Pemerintah Terkait Pemberian Makanan Tambahan (PMT) untuk Pencegahan Stunting: Perfektif Saddu al-Dzariah*.



**This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)**

---