

Adaptasi Kuliner Global: Ramen Halal sebagai Representasi Identitas dan Komodifikasi Budaya Muslim

Muhamad Iqbal Amarul Hasan

Interdisciplinary Islamic Studies, Konsentrasi Kajian Industri dan Bisnis Halal, Fakultas Pascasarjana,
UIN Sunan Kalijaga, Jl. Laksda Adisucipto, 55281, Yogyakarta, Indonesia

iqbalamarul10@gmail.com

Diterima: 30-12-2024

Direvisi: 21-01-2025

Disetujui: 27-01-2025

ABSTRAK

Globalisasi telah mempercepat pertukaran budaya, termasuk dalam bidang kuliner. Salah satu contoh menarik dari adaptasi kuliner dalam era globalisasi adalah ramen halal, yang merupakan adaptasi dari hidangan ramen tradisional Jepang untuk memenuhi standar makanan halal bagi komunitas Muslim. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis ramen halal sebagai representasi identitas Muslim di tengah globalisasi serta sebagai objek komodifikasi budaya. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif berbasis studi literatur, penelitian ini mengkaji tiga aspek utama: (1) bagaimana ramen halal mencerminkan identitas Muslim; (2) bagaimana proses komodifikasi dapat memengaruhi nilai-nilai budaya Jepang dalam ramen halal; dan (3) tantangan etika produksi dalam memastikan kehalalan makanan. Kebaruan penelitian ini terletak pada pengungkapan peran ramen halal sebagai simbol interaksi budaya, medium dialog antarbudaya, serta alat untuk mempertahankan identitas Muslim di tengah arus globalisasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ramen halal bukan hanya merupakan adaptasi kuliner yang memungkinkan akses bagi konsumen Muslim, tetapi juga mencerminkan dinamika interaksi budaya yang lebih luas. Selain itu, komodifikasi ramen halal dalam pasar global menunjukkan adanya potensi homogenisasi budaya yang mengorbankan nilai-nilai tradisional. Penelitian ini memberikan kontribusi untuk memahami peran kuliner halal dalam membangun dialog antarbudaya dan memberikan rekomendasi bagi produsen, regulator, serta konsumen dalam menciptakan inovasi kuliner yang menghormati nilai-nilai religius dan budaya.

Kata kunci: Ramen halal; Globalisasi kuliner; Identitas Muslim; Komodifikasi budaya; Dialog antarbudaya

ABSTRACT

Globalization has accelerated the exchange of cultures, including in the culinary field. One interesting example of culinary adaptation in the era of globalization is halal ramen, which is an adaptation of traditional Japanese ramen to meet halal food standards for the Muslim community. This study aims to analyze halal ramen as a representation of Muslim identity amidst globalization and as an object of cultural commodification. Using a qualitative approach based on literature studies, this research examines three main aspects: (1) how halal ramen reflects Muslim identity; (2) how the commodification process can affect the cultural values of Japanese ramen; and (3) the ethical challenges in ensuring the halal status of food production. The novelty of this study lies in revealing the role of halal ramen as a symbol of cultural interaction, a medium for intercultural dialogue, and a tool to preserve Muslim identity amidst globalization. The findings show that halal ramen is not only a culinary adaptation that allows access for Muslim consumers but also reflects broader cultural interaction dynamics. Furthermore, the commodification of halal ramen in the global market reveals the potential for cultural homogenization that sacrifices traditional values. This study contributes to understanding the role of halal cuisine in fostering intercultural dialogue and offers recommendations for producers, regulators, and consumers in creating culinary innovations that respect religious and cultural values.

Keywords: Halal ramen; Culinary globalization; Muslim identity; Cultural commodification; Intercultural dialogue

PENDAHULUAN

Globalisasi telah menjadi fenomena yang mengubah wajah interaksi budaya di seluruh dunia. Tidak hanya mempercepat pertukaran teknologi dan informasi, globalisasi juga berdampak signifikan terhadap praktik budaya, termasuk konsumsi makanan. Dalam antropologi budaya, kuliner sering kali dianggap sebagai simbol identitas sosial masyarakat, mencerminkan tradisi serta komunikasi lintas budaya (Utami, 2018). Di era modern ini, makanan tradisional tidak lagi hanya menjadi milik komunitas asalnya, tetapi sering kali menjadi medium interaksi lintas budaya yang terus berkembang. Fenomena adaptasi makanan tradisional, seperti ramen halal, menjadi contoh nyata bagaimana globalisasi memengaruhi budaya dan identitas melalui jalur kuliner. Dalam konteks ini, globalisasi tidak hanya memengaruhi konsumsi makanan, tetapi juga mengubah identitas budaya yang melekat pada makanan tersebut.

Makanan tradisional sering dianggap sebagai representasi budaya yang kaya nilai sejarah dan sosial. Namun, globalisasi menjadikan makanan ini tidak lagi eksklusif bagi komunitas asalnya. Adaptasi makanan tradisional untuk memenuhi kebutuhan pasar global menjadi salah satu cara globalisasi bekerja. Sebagai contoh, ramen halal merupakan bentuk adaptasi kuliner Jepang yang memastikan penggunaan bahan dan metode masak yang sesuai dengan prinsip halal dalam Islam (Pohan et al., 2024). Transformasi ini menjadi relevan, terutama dalam konteks pertumbuhan populasi Muslim global yang signifikan. Menurut laporan (Pohan et al., 2024), populasi Muslim yang terus meningkat mendorong permintaan makanan halal secara global, menjadikannya salah satu sektor dengan pertumbuhan tercepat di industri makanan. Hal ini menunjukkan bahwa makanan halal kini tidak hanya memenuhi kebutuhan religius, tetapi juga menjadi bagian penting dari ekonomi global melalui inovasi dan ekspansi pasar yang pesat.

Penelitian ini relevan karena adaptasi makanan tradisional, seperti ramen halal, mencerminkan interaksi budaya yang semakin kompleks akibat globalisasi. Kajian mendalam tentang pengaruh adaptasi ini terhadap otentisitas budaya Jepang, tantangan etika dalam proses produksi, dan komodifikasi budaya masih sangat terbatas. Ramen halal menjadi contoh nyata bagaimana inovasi kuliner dapat menjawab kebutuhan pasar global yang terus berkembang, termasuk peningkatan permintaan dari wisatawan Muslim di Jepang. Misalnya, restoran seperti Halal Ramen Honolu telah membuka cabang di Tokyo, Kyoto, Osaka, dan Prefektur Aichi untuk memenuhi kebutuhan ini. Dalam konteks ini, penelitian ini memberikan kontribusi signifikan untuk memahami peran kuliner halal dalam menjaga keseimbangan antara inovasi, nilai religius, dan pelestarian budaya di tengah globalisasi (JNTO, 2024).

Sebagai salah satu makanan paling ikonik dari Jepang, ramen memiliki akar budaya yang kuat. Ramen awalnya diperkenalkan di Jepang dari Tiongkok pada awal abad ke-20 dan sejak saat itu berkembang menjadi bagian integral dari identitas kuliner Jepang. Namun, bahan-bahan tradisional seperti kaldu babi dan mirin digantikan dengan alternatif halal, yang memungkinkan konsumen Muslim untuk menikmati hidangan ini tanpa melanggar prinsip agama mereka. Fenomena restoran Jepang halal mencerminkan kebutuhan masyarakat Muslim akan makanan yang sesuai dengan prinsip halal, sekaligus tantangan dalam menjaga keaslian rasa makanan Jepang (Pangestu & Attas, 2022).

Ramen halal mencerminkan dialog budaya yang kompleks di era globalisasi. Di satu sisi, adaptasi ini memungkinkan tradisi kuliner Jepang tetap hidup dan relevan di pasar global. Di sisi lain, transformasi ini menghadirkan tantangan dalam menjaga keaslian budaya ramen, khususnya dalam mempertahankan cita rasa dan nilai tradisionalnya. Menurut Pajon (2024), ramen modern bahkan telah beradaptasi untuk memenuhi preferensi diet seperti halal dan vegan. Fenomena ini menunjukkan interaksi budaya yang dinamis dalam ranah kuliner global. Dalam kasus ramen halal, penggantian bahan-bahan non-halal dengan alternatif yang sesuai standar kehalalan mencerminkan bagaimana globalisasi dapat menciptakan inovasi tanpa menghilangkan esensi budaya asal.

Selain menjadi peluang ekonomi, ramen halal juga berfungsi sebagai representasi identitas Muslim di era modern. Konsumsi makanan halal tidak hanya memenuhi kewajiban agama, tetapi juga menjadi cara bagi komunitas Muslim untuk menegaskan identitas mereka di tengah dominasi nilai-nilai Barat. Sertifikasi halal kini tidak hanya berfungsi sebagai penanda kepatuhan terhadap ajaran agama, tetapi juga sebagai alat strategis untuk branding, pemasaran, dan akses pasar yang

menguntungkan, terutama di negara-negara dengan populasi Muslim yang signifikan (Kurnia, 2024). Hal ini menunjukkan bagaimana makanan halal berperan dalam mempertahankan identitas budaya di tengah arus globalisasi yang homogenisasi. Dalam konteks ini, ramen halal memungkinkan komunitas Muslim untuk terhubung dengan budaya Jepang tanpa harus mengkompromikan prinsip-prinsip religius mereka.

Peningkatan jumlah wisatawan Muslim ke Jepang telah menjadi salah satu faktor utama yang mendorong perkembangan ramen halal. Berdasarkan laporan (Marniati, 2016), jumlah wisatawan Muslim yang mengunjungi Jepang diproyeksikan meningkat dari lebih dari 300 ribu pada tahun 2013 menjadi lebih dari satu juta pada tahun 2020. Tren ini menunjukkan adanya kebutuhan yang mendesak akan makanan halal di berbagai destinasi wisata utama seperti Tokyo, Osaka, dan Kyoto. Sebagai respons, banyak restoran mulai menawarkan ramen halal. Salah satu contohnya adalah "Naritaya" di Asakusa, Tokyo, yang menyajikan ramen bersertifikat halal dan menyediakan ruang shalat untuk pelanggan Muslim (DetikFood, 2015).

Namun, adaptasi ramen halal ini menghadirkan tantangan, terutama terkait otentisitas budaya Jepang. Proses globalisasi dapat menyebabkan homogenisasi budaya, di mana elemen unik suatu budaya digantikan oleh standar global. Dalam kasus ramen halal, adaptasi bahan dan rasa untuk memenuhi standar halal dapat memengaruhi persepsi konsumen terhadap keaslian ramen sebagai warisan budaya Jepang. Oleh karena itu, penting bagi pelaku industri kuliner untuk menjaga keseimbangan antara memenuhi kebutuhan pasar global dan mempertahankan nilai-nilai budaya asli (Effendy et al., 2021).

Salah satu tantangan utama dalam adaptasi ramen halal adalah mempertahankan keaslian rasa Jepang sambil memastikan kepatuhan terhadap prinsip halal. Menurut (Wahidati & Sarinastiti, 2017), Jepang telah mengembangkan fasilitas ramah Muslim, termasuk penyediaan makanan halal, untuk menarik wisatawan Muslim. Namun, masih terdapat aktivitas non-halal di banyak restoran, yang menunjukkan tantangan dalam memastikan kehalalan produk tanpa mengorbankan cita rasa autentik (Wahidati & Sarinastiti, 2017). Keberlanjutan dalam produksi juga menjadi isu penting (Rachim & Santoso, 2021) menekankan bahwa halal *lifestyle* dikonstruksi oleh tuntutan pasar yang menghendaki adanya jaminan kehalalan suatu produk yang aman dan membawa ketenangan bagi konsumen, sehingga menjadi peluang sekaligus tantangan dalam mengarusutamakan halal *lifestyle* dalam kehidupan global. Tantangan ini semakin besar di Jepang, di mana makanan non-halal masih mendominasi industri kuliner lokal. Upaya untuk menyediakan makanan halal yang autentik memerlukan perhatian khusus terhadap pemilihan bahan dan proses persiapan, sehingga dapat memenuhi standar halal tanpa mengorbankan keaslian rasa.

Penelitian mengenai globalisasi kuliner halal dan interaksi budaya telah dilakukan, namun sebagian besar masih terbatas pada kajian ekonomi dan permintaan pasar halal secara umum, tanpa mengeksplorasi secara spesifik dinamika identitas budaya Muslim dalam konteks globalisasi kuliner Jepang. Selain itu, studi yang menghubungkan proses komodifikasi makanan tradisional dengan tantangan otentisitas budaya dan nilai-nilai religius masih jarang ditemukan. Oleh karena itu, penelitian ini menawarkan kebaruan dengan menganalisis ramen halal sebagai medium dialog antarbudaya, simbol interaksi budaya global, dan alat strategis dalam mempertahankan identitas Muslim di tengah arus homogenisasi budaya. Dalam kajian ini, terdapat tiga isu utama yang akan dianalisis: (1) bagaimana ramen halal mencerminkan identitas Muslim di tengah globalisasi; (2) bagaimana proses komodifikasi memengaruhi nilai-nilai tradisional ramen sebagai bagian dari budaya Jepang; dan (3) tantangan etika dalam memastikan kehalalan ramen tanpa mengorbankan otentisitas budaya. Dengan menggunakan pendekatan multidisiplin, penelitian ini bertujuan untuk memberikan kontribusi signifikan terhadap literatur globalisasi kuliner dan halal, serta memberikan rekomendasi praktis bagi produsen, regulator, dan konsumen dalam menciptakan inovasi kuliner yang menghormati nilai-nilai religius dan budaya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif berbasis studi literatur untuk memahami fenomena ramen halal sebagai representasi identitas budaya Muslim sekaligus objek komodifikasi budaya dalam konteks globalisasi. Pendekatan ini dipilih karena sifatnya yang eksploratif dan bertujuan menganalisis dinamika sosial-budaya serta ekonomi yang melingkupi fenomena adaptasi kuliner global. Data

dikumpulkan melalui telaah literatur dari berbagai sumber sekunder, seperti jurnal ilmiah, laporan industri, buku, dan artikel populer yang relevan. Selain itu, data statistik mengenai tren pasar makanan halal global serta pertumbuhan jumlah wisatawan Muslim di Jepang turut dianalisis untuk memperkaya temuan. Studi kasus spesifik seperti restoran "Naritaya Halal Ramen" di Jepang digunakan untuk memberikan ilustrasi konkret tentang penerapan konsep halal dalam makanan tradisional Jepang. Analisis data dilakukan dengan metode tematik, yang mengelompokkan data berdasarkan tiga tema utama, yaitu identitas Muslim, komodifikasi budaya, dan tantangan menjaga otentisitas. Validitas hasil penelitian diperkuat melalui triangulasi data, dengan mengintegrasikan hasil studi literatur, data statistik, dan studi kasus. Untuk memberikan analisis yang lebih komprehensif, pendekatan multidisiplin digunakan, melibatkan antropologi budaya untuk memahami makanan sebagai simbol identitas, ekonomi global untuk menganalisis komodifikasi dalam pasar makanan halal, dan studi agama untuk mengeksplorasi prinsip halal dalam konsumsi dan produksi. Penelitian ini berfokus pada Jepang sebagai negara asal ramen, dengan mempertimbangkan kebutuhan makanan halal yang meningkat akibat globalisasi serta dinamika pasar makanan halal di kawasan Asia Tenggara dan Timur Tengah sebagai konsumen utama. Meskipun penelitian ini hanya menggunakan data sekunder tanpa melibatkan wawancara atau observasi langsung, metode ini memungkinkan analisis mendalam terhadap hubungan antara inovasi kuliner, identitas budaya, dan tantangan globalisasi. Dengan metode ini, penelitian diharapkan mampu memberikan kontribusi terhadap pengembangan kebijakan dan praktik produksi makanan halal yang tidak hanya menghormati nilai religius, tetapi juga menjaga keaslian budaya lokal.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini, penulis akan membahas secara komprehensif tentang hasil analisis terkait ramen halal, dengan fokus pada dua isu utama yang menjadi perhatian dalam penelitian ini: (1) bagaimana ramen halal berfungsi sebagai representasi identitas budaya Muslim, dan (2) bagaimana proses adaptasi ramen menjadi halal menunjukkan fenomena komodifikasi budaya dalam konteks globalisasi. Pembahasan ini didasarkan pada hasil analisis literatur yang luas, laporan industri, data pasar, serta studi kasus tentang adaptasi kuliner lainnya di dunia. Setiap bagian akan menghubungkan temuan penelitian dengan fenomena yang lebih besar terkait globalisasi, identitas budaya dan dinamika pasar global.

Ramen Halal sebagai Representasi Identitas Muslim

Penelitian ini menunjukkan bahwa ramen halal tidak hanya menjadi solusi bagi komunitas Muslim untuk menikmati hidangan Jepang, tetapi juga berperan sebagai simbol identitas budaya di tengah globalisasi. Sebagaimana diungkapkan oleh peneliti terdahulu, globalisasi berkontribusi pada hibridisasi budaya, di mana tren halal global berintegrasi dengan identitas lokal, memungkinkan komunitas Muslim untuk mempertahankan praktik keagamaan mereka sambil berpartisipasi dalam budaya (Anggara, 2022). Adaptasi ramen halal memungkinkan Muslim untuk tetap menjalankan prinsip agama tanpa meninggalkan tradisi kuliner lokal.

Dalam konteks globalisasi, ramen halal bukan sekadar adaptasi kuliner, tetapi juga alat politik identitas Muslim. Sebagai simbol budaya, ramen halal memungkinkan komunitas Muslim untuk terhubung dengan budaya Jepang tanpa harus mengorbankan nilai-nilai keagamaan. Hal ini sejalan dengan pandangan (Anggara, 2022) yang menyatakan bahwa globalisasi berkontribusi pada hibridisasi budaya, di mana tren halal global berintegrasi dengan identitas lokal, memungkinkan komunitas Muslim untuk mempertahankan praktik keagamaan mereka sambil berpartisipasi dalam budaya global. Selain itu, meningkatnya popularitas ramen halal mencerminkan usaha komunitas Muslim dalam mempertahankan identitas budaya mereka di tengah arus globalisasi yang cenderung homogenisasi.

Menurut laporan yang dipublikasikan oleh Jurnal Gama Societa di tahun 2017, jumlah fasilitas ramah Muslim di Jepang telah meningkat dibandingkan tahun-tahun sebelumnya, dengan empat dari enam kebutuhan utama wisatawan Muslim, termasuk kebutuhan akan makanan halal, telah terpenuhi (Wahidati & Sarinastiti, 2017). Fenomena ini mencerminkan bagaimana ramen halal tidak hanya memenuhi kewajiban religius, tetapi juga menegaskan identitas budaya Muslim dalam konteks global. Selain itu, peningkatan fasilitas ini menunjukkan komitmen Jepang dalam mendukung pariwisata ramah Muslim, yang juga mendorong terciptanya dialog antarbudaya melalui kuliner. Dengan adaptasi ini, ramen halal menjadi simbol integrasi nilai religius dan budaya Jepang, memungkinkan wisatawan Muslim menikmati keunikan kuliner lokal tanpa melanggar prinsip agama mereka.

Fenomena ramen halal tidak hanya mencerminkan perubahan dalam bahan baku yang digunakan,

tetapi juga dinamika yang lebih dalam terkait dengan identitas Muslim di tengah globalisasi. Ramen halal berfungsi sebagai simbol upaya mempertahankan nilai-nilai tradisional Muslim, baik dalam konteks keagamaan maupun budaya, sambil tetap terhubung dengan globalisasi kuliner Jepang yang telah menyebar ke seluruh dunia. Makanan halal, seperti ramen halal, menjadi ekspresi identitas dalam masyarakat Muslim global, di mana konsumsi makanan bukan hanya tentang memenuhi kebutuhan nutrisi, tetapi juga pengakuan terhadap nilai-nilai agama, sosial, dan budaya yang lebih luas. Hal ini sejalan dengan pandangan (Hakim, 2023) yang menyatakan bahwa globalisasi dan identitas nasional saling berinteraksi dalam merumuskan konsep halal, menunjukkan bagaimana standar halal internasional dan nasional berkonfigurasi dalam dunia Islam.

Seiring dengan meningkatnya wisatawan Muslim ke Jepang, kebutuhan akan makanan halal menjadi perhatian utama. Menurut data yang dipublikasikan oleh Jurnal Gama Societa di tahun 2017, jumlah fasilitas ramah Muslim di Jepang telah meningkat dibandingkan tahun-tahun sebelumnya, dengan empat dari enam kebutuhan utama wisatawan Muslim termasuk kebutuhan akan makanan halal telah terpenuhi (Wahidati & Sarinastiti, 2017). Pertumbuhan ini tidak hanya membuka peluang ekonomi, tetapi juga menjadi alasan utama berkembangnya inovasi seperti ramen halal. Fenomena ini menunjukkan bahwa adaptasi makanan tradisional Jepang bukan hanya respons terhadap kebutuhan pasar, tetapi juga sarana untuk menghubungkan tradisi budaya Jepang dengan nilai-nilai Islam.

Sebagaimana dijelaskan dalam State of the Global Islamic Economy Report pada tahun 2022 permintaan global untuk produk halal semakin berkembang. Makanan halal tidak hanya dipandang sebagai kewajiban agama bagi umat Muslim, tetapi juga sebagai bagian dari gaya hidup yang lebih luas, yang melibatkan aspek kesehatan, keberlanjutan, dan etika konsumsi. Ramen halal, yang diadaptasi dari makanan ikonik Jepang, adalah contoh konkret dari tren ini. Selain menawarkan rasa yang lezat dan pengalaman kuliner khas Jepang, ramen halal juga memenuhi kriteria penting bagi konsumen Muslim yang ingin mengonsumsi makanan yang sesuai dengan prinsip agama mereka (DinarStandard, 2022).

Ramen halal berfungsi tidak hanya sebagai alternatif bagi makanan tradisional Jepang, tetapi juga sebagai simbol keberagaman budaya yang memungkinkan integrasi dua tradisi kuliner yang berbeda. Dalam konteks ini, ramen halal menjadi medium untuk merayakan keberagaman budaya di dunia yang semakin terhubung secara global. Sebagai contoh, fenomena ramen halal di Indonesia menunjukkan bagaimana permintaan konsumen Muslim terhadap hidangan Jepang yang sesuai dengan prinsip halal semakin meningkat. Hal ini mendorong banyak restoran ramen di Indonesia untuk menyesuaikan menu mereka dengan menawarkan ramen berbahan dasar ayam atau sapi, menggantikan daging babi yang umum digunakan di Jepang. Beberapa restoran bahkan telah mengantongi sertifikat halal dari Majelis Ulama Indonesia (MUI), memastikan kepercayaan konsumen Muslim terhadap kehalalan hidangan yang disajikan (Rahmawati, 2021).

Sementara itu, adaptasi ramen halal memberikan kontribusi terhadap pembentukan identitas Muslim yang lebih kuat di luar negara mayoritas Muslim. Ramen halal bukan hanya soal menciptakan produk makanan yang halal, tetapi juga tentang bagaimana makanan tersebut dapat menjadi simbol budaya Muslim yang diakui secara global. Pada saat yang sama, ramen halal juga menciptakan ruang untuk dialog antarbudaya yang lebih dalam, yang menggambarkan proses konvergensi antara dua tradisi kuliner yang sangat berbeda: tradisi Jepang dan tradisi kuliner Islam. Hal ini sejalan dengan temuan peneliti sebelumnya, yang mengidentifikasi empat strategi adaptasi yang digunakan oleh imigran Muslim Indonesia di Jepang dalam mempertahankan konsumsi makanan halal mereka, yaitu: konformitas, inovasi, ritualisme, dan retretisme (Iklima et al., 2021).

Konsumen Muslim cenderung memprioritaskan kepercayaan terhadap label halal, keaslian rasa makanan, dan pengalaman kuliner yang autentik. Penelitian oleh (Prasasti & Ekawaty, 2022) menunjukkan bahwa label halal, pendapatan, harga produk, dan religiusitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk kosmetik, dengan label halal memiliki pengaruh positif yang signifikan. Hal ini menegaskan bahwa keberadaan label halal memberikan rasa aman dan keyakinan bagi konsumen Muslim dalam memilih produk, sehingga memengaruhi keputusan pembelian mereka secara signifikan.

Salah satu contoh menarik adalah munculnya berbagai restoran yang menyajikan ramen halal di luar Jepang, seperti di negara-negara dengan populasi Muslim yang signifikan. Di Indonesia, misalnya, restoran seperti RamenYA! telah memperoleh sertifikat halal dari MUI, memastikan bahwa hidangan yang disajikan sesuai dengan prinsip-prinsip halal. Langkah ini tidak hanya memenuhi kebutuhan

konsumen Muslim, tetapi juga memperluas daya tarik kuliner Jepang di pasar global (Waluyo, 2022).

Ramen halal juga menjadi simbol penting dalam membangun identitas Muslim global. Makanan halal tidak hanya memenuhi kebutuhan religius, tetapi juga menjadi cara bagi komunitas Muslim untuk menegaskan kehadiran mereka di pasar global. Dalam hal ini, ramen halal menjadi lebih dari sekadar makanan; ia menjadi media yang mencerminkan keberagaman budaya sekaligus mendorong dialog antartradisi. Dengan demikian, ramen halal tidak hanya memenuhi kebutuhan praktis konsumen Muslim, tetapi juga memperkaya identitas budaya mereka, yang berkembang seiring dengan globalisasi dan mobilitas sosial yang semakin tinggi. Sebagaimana dicatat oleh Kementerian Agama Republik Indonesia di tahun 2023, jumlah Warga Negara Indonesia di Jepang mencapai 180 ribu, dengan mayoritas beragama Islam, yang menciptakan tantangan dan peluang dalam menyediakan layanan halal yang lebih terstruktur dan mudah diakses (Muhyiddin, 2024).

Komodifikasi Budaya dalam Adaptasi Ramen Halal

Dalam era globalisasi kuliner, komodifikasi makanan tradisional sering kali berujung pada homogenisasi budaya. Hal ini terlihat dalam adaptasi ramen halal, di mana bahan-bahan tradisional seperti kaldu babi diganti dengan kaldu ayam atau sapi. Meskipun perubahan ini membuat ramen halal lebih dapat diterima di pasar Muslim, terdapat risiko kehilangan elemen otentik dari ramen asli Jepang. Sejalan dengan itu, (Wahidati & Sarinastiti, 2017) menyatakan bahwa Jepang telah mengembangkan berbagai fasilitas ramah Muslim, termasuk penyediaan makanan halal, untuk menarik wisatawan Muslim, yang mencerminkan bagaimana industri kuliner Jepang beradaptasi dengan kebutuhan pasar global.

Fenomena ini telah menciptakan peluang ekonomi yang signifikan bagi produsen makanan halal. Sebagaimana dicatat oleh (Haryanegara et al., 2021), label pariwisata halal dapat digunakan untuk meningkatkan daya tarik wisata budaya. Dengan demikian, sertifikasi halal bukan hanya dimaknai sebagai jaminan keagamaan, tetapi juga dioptimalkan sebagai alat pemasaran yang efektif. Popularitas ramen halal di pasar internasional, terutama di negara-negara dengan mayoritas populasi Muslim seperti Malaysia dan Indonesia, menjadi salah satu bukti konkret peran penting sertifikasi halal dalam mendukung penetrasi pasar kuliner global.

Komodifikasi budaya merujuk pada proses transformasi elemen-elemen budaya tradisional yang memiliki nilai simbolik dan historis menjadi produk yang dapat dipasarkan secara global. Dalam konteks ramen halal, komodifikasi terjadi ketika makanan tradisional Jepang ini diubah agar sesuai dengan kebutuhan pasar Muslim, baik di negara-negara mayoritas Muslim maupun di negara-negara dengan komunitas Muslim yang signifikan. Proses ini mencakup perubahan dalam bahan baku, pemasaran, distribusi, serta persepsi konsumen terhadap produk tersebut. (Abdul Adib et al., 2019) menjelaskan bahwa sertifikasi halal memiliki pengaruh besar terhadap niat beli konsumen terhadap makanan halal, yang menunjukkan bagaimana nilai-nilai agama dikomersialkan untuk tujuan ekonomi.

Komodifikasi budaya merujuk pada proses di mana elemen-elemen budaya yang memiliki nilai simbolis dan historis dikomersialkan dan disesuaikan untuk pasar global. Dalam hal ramen halal, perubahan ini terlihat pada adaptasi makanan tradisional Jepang agar dapat memenuhi permintaan pasar Muslim yang berkembang pesat. Hal ini melibatkan penyesuaian bahan-bahan, pemasaran, dan distribusi untuk mencapai konsumen yang lebih luas. Seperti yang dijelaskan oleh (Utami, 2018), kuliner bukan hanya sekadar konsumsi, tetapi juga merupakan sarana penting untuk menyampaikan identitas sosial dan budaya. Kuliner berfungsi sebagai bentuk komunikasi yang efektif untuk menyampaikan nilai-nilai dan karakteristik budaya yang khas, yang dapat menjadi jembatan antara masyarakat dengan karakter nasional yang kuat dan beragam. Dalam konteks ini, adaptasi ramen halal menggambarkan bagaimana elemen-elemen budaya kuliner Jepang diubah untuk memenuhi kebutuhan pasar Muslim tanpa menghilangkan unsur-unsur esensial dari budaya asalnya.

Dalam kasus ramen halal, produsen sering memanfaatkan label halal sebagai alat pemasaran untuk menarik konsumen Muslim global. Menurut laporan dari State of the Global Islamic Economy Report (DinarStandard, 2022), industri makanan halal global diproyeksikan mencapai nilai lebih dari \$1 triliun dengan pertumbuhan tahunan yang signifikan. Pertumbuhan ini terlihat terutama di negara-negara dengan populasi Muslim besar, seperti Indonesia dan Turki. Dengan demikian, meskipun ramen halal menciptakan peluang ekonomi, risiko kehilangan nilai budaya asli tetap menjadi tantangan besar. Komodifikasi simbol-simbol agama, seperti label halal, dapat menggeser makna sakral menjadi alat komersial (Maulida & Witro, 2022).

Fenomena adaptasi ramen halal memiliki kesamaan dengan modifikasi makanan tradisional di

berbagai negara. Misalnya, produksi *jamón* halal di Spanyol menunjukkan bagaimana produsen menyesuaikan produk tradisional untuk memenuhi kebutuhan konsumen Muslim. Meskipun perubahan ini membuka peluang ekonomi, homogenisasi budaya menjadi tantangan utama, dimana nilai-nilai unik dari makanan tradisional sering kali digantikan oleh standar global yang lebih seragam. Penelitian oleh (Sumarni et al., 2023) menyoroti bahwa komodifikasi identitas dalam industri kuliner dapat mengakibatkan metamorfosis identitas budaya, yang berpotensi mengaburkan keunikan warisan kuliner lokal.

Proses komodifikasi ramen halal membawa dampak signifikan terhadap persepsi makanan sebagai bagian dari warisan budaya. Salah satu aspek utama dari komodifikasi ini adalah penggantian bahan-bahan yang tidak sesuai dengan prinsip halal, seperti daging babi, dengan bahan alternatif yang memenuhi standar halal. Misalnya, kaldu ayam atau sapi digunakan untuk menggantikan kaldu babi yang menjadi bahan utama dalam ramen tradisional Jepang. Perubahan ini, meskipun tampak sederhana, dapat menciptakan rasa yang berbeda dan mengubah pengalaman kuliner yang dirasakan oleh konsumen. Penelitian oleh (Saputro et al., 2024) menunjukkan bahwa kesadaran halal mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap produk ramen, yang mengindikasikan pentingnya adaptasi bahan dalam memenuhi preferensi pasar Muslim.

Namun, selain adaptasi bahan, komodifikasi ramen halal juga terjadi melalui strategi pemasaran yang semakin masif. Label halal tidak lagi hanya memiliki makna religius, tetapi telah menjadi simbol kualitas dan keamanan yang dipercaya oleh konsumen secara global. Di beberapa negara, seperti Korea Selatan dan Amerika Serikat, produk halal dipasarkan tidak hanya untuk konsumen Muslim, tetapi juga untuk segmen yang lebih luas yang mencari jaminan kesehatan dan etika dalam konsumsi mereka. Hal ini menunjukkan bagaimana sertifikasi halal berfungsi sebagai alat branding yang dapat memperluas akses pasar dan menciptakan peluang ekonomi yang signifikan. Fenomena ini mencerminkan dinamika globalisasi, di mana produk halal mengalami perubahan dari identitas religius menuju alat komersialisasi dalam ekonomi modern (Park & Lee, 2017).

Namun, fenomena komodifikasi ini tidak tanpa kontroversi. Salah satu tantangan utama adalah hilangnya otentisitas budaya dalam proses adaptasi. Produksi massal ramen halal yang ditujukan untuk memenuhi permintaan pasar global berpotensi mengorbankan elemen tradisional yang menjadi ciri khas ramen Jepang. Perubahan bahan dan penyajian sering dilakukan agar lebih dapat diterima oleh konsumen luas, tetapi langkah ini berisiko menghilangkan nilai-nilai budaya yang melekat pada makanan tersebut. Produsen harus menyeimbangkan antara menjaga cita rasa dan kualitas otentik ramen dengan tuntutan pasar yang terus berkembang. Komodifikasi makanan halal dalam konteks ini menyoroti dilema antara pelestarian tradisi dan kebutuhan komersial (Halawa, 2018).

Selain itu, komodifikasi ramen halal juga berhubungan dengan faktor sosial dan ekonomi yang lebih besar, seperti distribusi kekayaan dan keuntungan dalam rantai pasokan makanan halal. Para pelaku industri makanan halal sering kali mendapatkan keuntungan yang besar, sementara konsumen dan pekerja yang terlibat dalam produksi seringkali tidak mendapatkan manfaat yang setara. Ini menunjukkan bahwa dalam proses komodifikasi, meskipun ada manfaat ekonomi yang besar, ada juga ketimpangan yang harus diwaspadai. Dalam hal ini, peran regulator dan konsumen sangat penting untuk memastikan bahwa seluruh rantai produksi dilakukan dengan adil dan berkelanjutan.

Tantangan Keaslian Budaya dan Etika Produksi

Proses adaptasi ramen halal membawa tantangan besar dalam mempertahankan keaslian budaya Jepang. Sebagai salah satu ikon kuliner Jepang, ramen menghadapi kebutuhan untuk diadaptasi agar sesuai dengan standar halal tanpa mengorbankan rasa dan tradisi autentiknya. Transformasi bahan seperti penggantian daging babi dengan daging sapi atau ayam telah memungkinkan konsumen Muslim menikmati ramen tanpa melanggar prinsip agama mereka. Namun, tantangan ini juga berisiko mengubah rasa yang telah menjadi ciri khas ramen tradisional Jepang (Pangestu & Attas, 2022).

Salah satu tantangan utama adalah memastikan keaslian rasa Jepang tetap dipertahankan sambil memenuhi prinsip halal. (Wahidati & Sarinastiti, 2017) mencatat bahwa Jepang telah meningkatkan jumlah fasilitas ramah Muslim, termasuk penyediaan makanan halal, untuk menarik wisatawan Muslim. Namun, masih banyak restoran yang menggunakan bahan non-halal, menunjukkan adanya tantangan dalam memastikan kepatuhan terhadap standar halal tanpa mengorbankan rasa autentik.

Keberlanjutan juga menjadi fokus penting dalam produksi ramen halal. Menurut laporan (JNTO, 2024) beberapa restoran halal di Jepang telah mulai menggunakan bahan lokal yang diproduksi secara ramah lingkungan sebagai upaya mendukung kehalalan produk sekaligus menjaga ekosistem lokal.

Pendekatan ini tidak hanya memenuhi kebutuhan konsumen Muslim, tetapi juga menunjukkan bahwa inovasi kuliner dapat berjalan seiring dengan pelestarian lingkungan.

Keaslian budaya dalam konteks makanan sangat erat kaitannya dengan sejarah dan teknik memasak. Dalam ramen tradisional Jepang, kaldu babi dianggap sebagai elemen penting yang memberikan rasa khas. Penggantian bahan tersebut dengan kaldu ayam atau sapi, meskipun memenuhi standar halal, berpotensi mengubah rasa yang dikenal luas oleh masyarakat (Pohan et al., 2024). Tantangan besar bagi produsen adalah memastikan bahwa produk halal tetap mempertahankan cita rasa otentik yang menjadi daya tarik ramen Jepang.

Sertifikasi halal juga menghadapi tantangan teknis. Menurut laporan (Marniati, 2016), salah satu kendala yang sering dihadapi dalam industri makanan halal adalah memastikan tidak adanya kontaminasi silang selama proses produksi. Hal ini menuntut pengawasan yang ketat serta transparansi dalam rantai pasokan untuk memastikan kepercayaan konsumen Muslim tetap terjaga. Langkah ini penting untuk menjaga reputasi global dari industri makanan halal yang terus berkembang.

Etika produksi juga menjadi perhatian dalam adaptasi ramen halal. Selain memenuhi prinsip halal, produsen harus memastikan bahwa bahan-bahan yang digunakan dihasilkan secara etis dan bertanggung jawab. Penggunaan bahan-bahan lokal yang sesuai dengan prinsip keberlanjutan dapat membantu menciptakan produk halal yang tidak hanya memenuhi standar religius, tetapi juga memperhatikan keberlanjutan lingkungan. Pendekatan ini memperlihatkan bahwa adaptasi kuliner dapat memberikan manfaat ekonomi sekaligus mendukung pelestarian budaya dan lingkungan (Rahmawati, 2021).

Kolaborasi antara produsen, regulator, dan komunitas Muslim lokal memainkan peran penting dalam menciptakan inovasi ramen halal yang autentik. Restoran seperti "Naritaya Halal Ramen" di Tokyo bekerja sama dengan komunitas Muslim untuk memastikan bahwa seluruh proses produksi sesuai dengan pedoman halal. Transparansi ini membantu meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk halal sekaligus memperkuat posisi Jepang sebagai destinasi ramah Muslim (DetikFood, 2015).

Namun, tantangan etika dalam produksi ramen halal tidak hanya berhenti pada pemenuhan standar halal, tetapi juga mencakup isu keberlanjutan, kesejahteraan hewan, dan keadilan dalam rantai pasokan. Produsen harus memastikan bahwa bahan baku yang digunakan tidak hanya halal, tetapi juga mendukung prinsip-prinsip keberlanjutan global. Dengan pendekatan ini, ramen halal dapat menjadi contoh inovasi kuliner yang mempertahankan nilai-nilai budaya sambil memenuhi tuntutan pasar global (Saputro et al., 2024).

Komodifikasi dan Dampaknya pada Diversitas Kuliner

Fenomena komodifikasi dalam adaptasi ramen halal menunjukkan adanya pengaruh globalisasi terhadap keberagaman kuliner di dunia. Proses ini seringkali menyebabkan homogenisasi budaya, di mana produk makanan tradisional yang diadaptasi menjadi lebih standar dan tidak lagi mencerminkan keunikan budaya asalnya. Dalam konteks ramen halal, produk ini sering kali diubah agar lebih mudah diproduksi dalam jumlah besar dengan memperkenalkan pengganti bahan asli, yang dapat mengubah karakteristik rasa mendalam dari ramen tradisional Jepang. Transformasi bahan seperti penggantian daging babi dengan daging sapi atau ayam memungkinkan konsumen Muslim menikmati ramen tanpa melanggar prinsip agama mereka, tetapi juga menghadirkan tantangan dalam mempertahankan keaslian rasa Jepang (Pangestu & Attas, 2022).

Proses komodifikasi budaya sering kali menyebabkan erosi keberagaman budaya dan homogenisasi dalam produk kuliner global. Ramen halal yang diproduksi secara massal dan dipasarkan secara luas di luar Jepang menjadi contoh fenomena ini. Meski produk ini memenuhi kebutuhan konsumen Muslim, rasa dan penyajiannya sering kali lebih sederhana dan mudah diterima oleh pasar luas, tanpa mempertimbangkan keunikan teknik memasak atau bahan tradisional yang membentuk identitas kuliner Jepang (Effendy et al., 2021).

Homogenisasi produk makanan juga dapat mengurangi variasi pengalaman kuliner, yang pada akhirnya memengaruhi cara konsumen mengapresiasi makanan tersebut. Sebagai contoh, beberapa produsen ramen halal memilih menyederhanakan rasa atau memperkenalkan inovasi yang tidak sesuai dengan tradisi kuliner Jepang asli. Meski langkah ini membantu memenuhi permintaan pasar, produk tersebut dapat kehilangan esensi asli yang menjadikan ramen sebagai makanan ikonik Jepang (Rahmawati, 2021).

Namun, penting untuk dicatat bahwa komodifikasi juga dapat membawa dampak positif dalam

hal pengakuan terhadap keberagaman budaya. Dengan adanya pasar global yang lebih besar, makanan tradisional yang diadaptasi seperti ramen halal dapat mencapai audiens yang lebih luas dan memperkenalkan berbagai macam budaya kuliner kepada masyarakat internasional. Sebagai contoh, restoran seperti "Naritaya" di Jepang menyediakan ramen halal bersertifikat dengan tetap menawarkan pengalaman otentik kuliner Jepang (DetikFood, 2015).

Oleh karena itu, penting bagi produsen ramen halal untuk menemukan keseimbangan antara menjaga keaslian rasa dan memenuhi tuntutan pasar global. Dengan tetap mempertahankan teknik memasak, bahan utama, dan cita rasa mendekati tradisi, produsen dapat menghadirkan produk autentik yang relevan di pasar global (Rahmawati, 2021). Langkah ini tidak hanya membantu menjaga identitas kuliner Jepang, tetapi juga memastikan bahwa keberagaman budaya dapat tetap lestari di tengah arus homogenisasi global.

Kolaborasi antara Produsen, Regulator, dan Konsumen

Dari hasil pembahasan di atas, dapat disimpulkan bahwa untuk memastikan keberhasilan adaptasi ramen halal tanpa mengorbankan esensi budaya dan agama, diperlukan kolaborasi yang erat antara produsen, regulator, dan konsumen. Produsen harus menjaga keseimbangan antara inovasi dan pelestarian budaya, memastikan bahwa produk yang dihasilkan tidak hanya memenuhi standar kehalalan, tetapi juga mempertahankan kualitas dan rasa yang khas dari makanan asli. Hal ini memerlukan penelitian dan pengembangan produk yang mendalam serta perhatian terhadap etika produksi yang melibatkan seluruh rantai pasokan.

Di sisi lain, peran regulator sangat penting dalam memberikan standar yang jelas terkait dengan produksi makanan halal, serta memastikan bahwa proses adaptasi tidak hanya memperhatikan kehalalan, tetapi juga keberlanjutan dan etika dalam produksi. Regulasi yang ketat dapat membantu menghindari praktik-praktik eksploitasi dalam industri makanan halal yang dapat merugikan konsumen dan mengurangi kepercayaan masyarakat terhadap produk halal. Selain itu, regulator juga harus berperan dalam mengawasi rantai pasokan untuk memastikan transparansi dan kepatuhan terhadap prinsip halal di seluruh proses produksi. Langkah ini penting tidak hanya untuk menjaga integritas produk halal, tetapi juga untuk meningkatkan daya saing produk di pasar global. Dengan demikian, regulator memiliki tanggung jawab besar dalam menciptakan ekosistem halal yang tidak hanya memenuhi aspek religius, tetapi juga mendukung keberlanjutan ekonomi dan sosial.

Selain itu, konsumen juga memainkan peran kunci dalam mendorong perubahan positif dalam industri makanan halal. Konsumen yang lebih sadar akan asal-usul produk yang mereka konsumsi dan lebih memilih produk yang tidak hanya memenuhi kriteria halal, tetapi juga memperhatikan aspek keberlanjutan dan etika, dapat mendorong produsen untuk lebih berkomitmen pada inovasi yang sejalan dengan nilai-nilai budaya dan agama. Oleh karena itu, penting bagi konsumen untuk terus meningkatkan pengetahuan dan kesadaran tentang pentingnya mendukung produk yang tidak hanya halal, tetapi juga etis dan berkelanjutan.

Dengan adanya kolaborasi yang erat antara produsen, regulator, dan konsumen, diharapkan ramen halal dapat menjadi contoh sukses dalam menjaga keseimbangan antara adaptasi kuliner, identitas budaya, dan komodifikasi pasar. Langkah ini juga dapat mendorong terciptanya inovasi yang tidak hanya memperhatikan aspek religius, tetapi juga menjaga keberlanjutan lingkungan dan keaslian budaya. Selain itu, produsen dapat memanfaatkan kolaborasi ini untuk menciptakan produk-produk yang menghormati tradisi lokal sambil tetap relevan di pasar global. Regulator juga diharapkan dapat menetapkan kebijakan yang mendukung pelestarian elemen budaya tradisional di tengah kebutuhan adaptasi global. Dengan upaya bersama ini, ramen halal tidak hanya menjadi solusi bagi konsumen Muslim, tetapi juga menjadi simbol interaksi budaya yang dapat memperkaya diversitas kuliner di dunia.

Dalam menghadapi tantangan adaptasi, kolaborasi antara produsen, regulator, dan konsumen menjadi kunci utama untuk menjaga keaslian budaya dan nilai religius dalam ramen halal. Produsen harus menjaga keseimbangan antara inovasi dan pelestarian budaya dengan menciptakan produk yang memenuhi prinsip halal tanpa mengorbankan keunikan rasa Jepang. Regulator dapat berperan dengan memberikan panduan sertifikasi halal yang mencakup aspek keberlanjutan, memastikan bahwa seluruh rantai pasokan mematuhi standar yang adil dan etis. Konsumen, di sisi lain, dapat mendukung produk yang tidak hanya halal, tetapi juga ramah lingkungan dan menghormati tradisi budaya lokal. Kolaborasi ini menciptakan ekosistem yang seimbang, di mana inovasi tidak menjadi ancaman bagi nilai-nilai yang telah ada.

KESIMPULAN

Ramen halal merupakan simbol penting dalam interaksi budaya global yang mencerminkan identitas Muslim sekaligus tantangan dalam komodifikasi budaya. Penelitian ini mengungkap bahwa adaptasi ramen halal tidak hanya memungkinkan komunitas Muslim untuk terhubung dengan tradisi kuliner Jepang tanpa melanggar prinsip keagamaan, tetapi juga menciptakan peluang ekonomi yang signifikan. Meski demikian, proses ini menghadapi risiko homogenisasi budaya, yang dapat mengorbankan elemen keaslian tradisional ramen Jepang. Temuan ini menunjukkan perlunya pendekatan yang seimbang dalam menjaga inovasi kuliner sambil tetap mempertahankan nilai-nilai budaya dan religius.

Sebagai implikasi, produsen harus mengembangkan produk ramen halal dengan menjaga otentisitas rasa dan teknik memasak Jepang sambil memastikan standar halal yang ketat. Regulator perlu menerapkan kebijakan yang mendukung keberlanjutan, transparansi, dan etika dalam proses sertifikasi serta distribusi makanan halal, sehingga mampu menghindari praktik homogenisasi budaya yang berlebihan. Konsumen juga memiliki peran penting dengan mendukung produk halal yang tidak hanya memenuhi aspek religius, tetapi juga memperhatikan keberlanjutan lingkungan dan keadilan sosial dalam rantai produksinya.

Sebagai tindak lanjut, diperlukan kolaborasi yang erat antara produsen, regulator, dan komunitas Muslim untuk memastikan bahwa inovasi seperti ramen halal dapat terus berkembang tanpa kehilangan identitas budaya aslinya. Penelitian dan pengembangan lebih lanjut juga perlu difokuskan pada metode adaptasi yang lebih ramah lingkungan dan mendukung keberlanjutan. Dengan langkah ini, ramen halal dapat menjadi contoh sukses dalam mengintegrasikan nilai-nilai religius, budaya, dan ekonomi di tengah arus globalisasi yang semakin pesat.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Adib, M. A., Abu Bakar, M. F., Zaaba, M. K., & Hassan, F. (2019). The influence of theory of planned behavior, religion and halal certification on consumers' purchase intention of halal food at restaurant in subang jaya. In *Contemporary Management and Science Issues in the Halal Industry*. Springer Singapore.
- Anggara, W. P. N. (2022). Globalization of culture and identity: case study of halal tourism thailand as a muslim friendly tourist destination. *Journal of Halal Product and Research*, 5(2), 72–78. <https://doi.org/10.20473/jhpr.vol.5-issue.2.72-78>
- DetikFood. (2015, Mei 06). Naritaya, restoran ramen bersertifikat halal di tokyo. DetikFood. <https://food.detik.com/info-halal/d-2906802/naritaya-restoran-ramen-bersertifikat-halal-di-tokyo>
- DinarStandard. (2022, Maret 31). State of the global islamic economy report. Salaam Gateway. <https://salaamgateway.com/specialcoverage/SGIE22>
- Effendy, R., Wulandari, P. A., Setiyaningsih, L. A., & Mariani, A. (2021). Mengglobalkan makanan tradisional lewat media sosial youtube sebagai budaya tandingan (studi food vlogger nex carlos sebagai media promosi kuliner lokal). *Jurnal Nomosleca*, 7(2), 148–159. <https://doi.org/10.26905/nomosleca.v7i2.6581>
- Hakim, M. F. (2023). Globalisasi & identitas nasional: konfigurasi standar halal internasional & nasional di dunia islam dalam tinjauan relasional-intersubjektif. *Jisiera: The Journal of Islamic Studies and International Relations*, 6(2), 90–106. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10029307>
- 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*, 5(2), 53–63. <https://doi.org/10.29333/ejecs/89>
- Haryanegara, M. E. A., Akbar, M. A. I., & Novianti, E. (2021). Peran label pariwisata halal sebagai daya tarik wisata budaya di lombok, nusa tenggara barat. *Journal of Sustainable Tourism Research*, 3(1), 35–39. <https://doi.org/10.24198/tornare.v3i1.29839>
- Iklima, A. L., Yulianti, Y., & Chawa, A. F. (2021). Between halal and haram: the challenges and adaptation of halal dietary consumption indonesian muslim immigrants in japan. *Islam Realitas: Journal of Islamic and Social Studies*, 7(2), 109. https://doi.org/10.30983/islam_realitas.v7i2.4660
- JNTO. (2024, September 30). Japan's muslim-friendly tourism: what travelers need to know. Japan National Tourism Organization. https://muslimguide.jnto.go.jp/eng/travel_tips/japans-muslim-friendly-tourism-what-travelers-need-to-know/

- Kurnia, A. S. (2024, Desember 07). Komodifikasi sertifikasi halal: antara nilai ekonomi dan nilai etis agama. Kompas.Id. <https://www.kompas.id/artikel/komodifikasi-sertifikasi-halal-antara-nilai-ekonomi-dan-nilai-etis-agama>
- Marniati. (2016, November 19). Jepang targetkan satu juta wisatawan muslim. Republika. <https://ameera.republika.co.id/berita/ogvomh301/jepang-targetkan-satu-juta-wisatawan-muslim>
- Maulida, L., & Witro, D. (2022). Komodifikasi simbol-simbol agama di kalangan kelas menengah muslim di indonesia. *SOSEBI Jurnal Penelitian Mahasiswa Ilmu Sosial Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(2), 137–152. doi:10.21274/sosebi.v2i2.6299
- Muhyiddin. (2024, September 30). Menag bangun ekosistem halal berbasis komunitas muslim indonesia di jepang. Republika. <https://khazanah.republika.co.id/berita/sklql9366/menag-bangun-ekosistem-halal-berbasis-komunitas-muslim-indonesia-di-jepang>
- Pangestu, A. D., & Attas, S. G. (2022). Fenomena restoran jepang halal: perspektif agama dan ekonomi. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(3), 1892–1899. <https://doi.org/10.31004/cdj.v3i3.9339>
- Park, H., & Lee, Y. (2017). Globalization of halal food: a study on its diffusion ‘into’ and export ‘from’ south korea. *Journal of the Korean Urban Geographical Society*, 20(3), 131–142. doi:10.21189/jkugs.20.3.10
- Pohan, M., Margaret, N. T., & Darma, S. P. (2024). Tantangan wirausaha penjual kuliner tradisional di tengah popularitas makanan modern era globalisasi saat ini (studi kasus usaha lemang dan tape desa karang rejo). *Jurnal Ilmiah Ekonomi, Akuntansi, Dan Pajak*, 1(4), 142–152. <https://doi.org/10.61132/jieap.v1i4.650>
- Prasasti, C. A., & Ekawaty, M. (2022). Pengaruh label halal, pendapatan, harga produk, dan religiusitas terhadap keputusan pembelian produk kosmetik hand body lotion (studi pada mahasiswi muslim di kota malang). *Jurnal Syarikah: Jurnal Ekonomi Islam*, 8(1), 140–155. <https://doi.org/10.30997/jsei.v8i1.4437>
- Rachim, H. A., & Santoso, M. B. (2021). Mainstreaming the halal lifestyle: between opportunities and challenges of social protection capacity in global trends. *AdBispreneur: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Administrasi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 6(2), 151–161. <https://doi.org/10.24198/adbispreneur.v6i2.33085>
- Rahmawati, A. A. D. (2021, Mei 08). 5 ramen halal bersertifikat mui yang gurih nikmat. DetikFood. <https://food.detik.com/info-kuliner/d-5562232/5-ramen-halal-bersertifikat-mui-yang-gurih-nikmat>
- Saputro, D. B., Suprpti, I., Fauziyah, E., & Hasan, F. (2024). Pengaruh electronic word of mouth, product knowledge terhadap keputusan pembelian ramen dengan halal awareness sebagai variabel intervening. *Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(2), 2823–2835. <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v10i2.12716>
- Sumarni, M., Agustinar., & Mufida, L. (2023). Strategi bisnis kuliner aceh (transformasi identitas islami melalui inovasi dan komodifikasi). *Jurnal Ilmu Hukum & Ekonomi Syariah*, 8(2), 30–51. doi:10.32505/muamalat.v8i2.7428
- Utami, S. (2018). Kuliner sebagai identitas budaya: perspektif komunikasi lintas budaya. *CoverAge: Journal of Strategic Communication*, 8(2), 36–44. <https://doi.org/10.35814/coverage.v8i2.588>
- Wahidati, L., & Sarinastiti, E. N. (2017). Perkembangan wisata halal di jepang. *Jurnal Gama Societa*, 1(1), 1–12. <https://doi.org/10.22146/jgs.34043>
- Waluyo, A. P. (2022, 11 Desember). Kuliner jakarta: ramenya! peroleh sertifikat halal, undang habib jafar agar lebih afdol. Wartakotalive.Com. <https://wartakota.tribunnews.com/2022/12/11/kuliner-jakarta-ramenya-peroleh-sertifikat-halal-undang-habib-jafar-agar-lebih-afdol>