

PERSEPSI HALAL SUPPLY CHAIN PADA GENERASI Z DI SOLO RAYA
HALAL SUPPLY CHAIN PERCEPTION AMONG GENERATION Z IN SOLO RAYA

Nurwulan Purnasari^{1*}, Moh. Taufik², Sadewa Aziz Diamonda³, Ilzamha Hadijah Rusdan⁴, Dik Dik Sofyan Safari⁵, Wulan Suci Wahyuningtyas⁶

¹⁻⁶Food Technology, Department of Science and Technology,
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta

*Penulis korespondensi; email: nurwulan.purnasari@staff.uinsaid.ac.id

ABSTRACT

The high demand for halal food in Indonesia has been accompanied by government regulations requiring all food and beverage industries claiming halal products to obtain halal certification from the Indonesian government. The majority of Indonesians are millennials and Generation Z, necessitating a deeper study of Generation Z's perceptions of the halal supply chain in Indonesia. This study aimed to determine Generation Z's perceptions of the halal supply chain in the Greater Solo area. The study was conducted in the Greater Solo area, which includes the regencies of Sukoharjo, Klaten, Karanganyar, Wonogiri, Sragen, Boyolali, and Surakarta City. Using 57 respondents from Generation Z, the study revealed that the general understanding of halal issues among Gen Z in Solo Raya ranged from good to very good. Gen Z's perception of production preparation was good. Gen Z's perception of the halal chain aspects of food and beverage production in Solo Raya was uncertain or uncertain. The same was true for Gen Z's perception of distribution. Gen Z's perception of consumption regarding the halal supply chain ranged from confident to very confident. Overall, Gen Z in the Solo Raya area had a positive perception of the halal supply chain in the food and beverage industry.

Keywords: Generation Z, Perception, Halal Supply Chain, Solo Raya

ABSTRAK

Tingginya kebutuhan masyarakat terhadap makanan halal di Indonesia diikuti oleh peraturan pemerintah yang mewajibkan seluruh industri bidang makanan dan minuman yang mengklaim produknya halal mendapatkan sertifikasi halal dari pemerintah Indonesia. Masyarakat yang mendominasi Indonesia berasal dari generasi milenial dan generasi Z, sehingga perlu dikaji lebih dalam mengenai persepsi generasi Z terhadap halal supply chain di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi generasi Z terhadap *halal supply chain* yang terdapat di wilayah Solo Raya. Penelitian diselenggarakan di Wilayah Solo Raya yang meliputi kabupaten Sukoharjo, Klaten, Karanganyar, Wonogiri, Sragen, Boyolali dan Kota Surakarta. 57 responden termasuk ke dalam kategori generasi Z. Hasil penelitian mengungkapkan pemahaman halal secara umum pada gen Z di solo Raya antara baik hingga sangat baik, persepsi gen Z mengenai persiapan produksi adalah baik, persepsi gen Z terhadap produksi makanan dan minuman di Solo raya terhadap aspek *halal chain*nya mendapatkan hasil yang ragu atau kurang yakin, begitu pula pada persepsi gen Z terhadap distribusinya, sedangkan persepsi gen Z terhadap konsumsinya terhadap *halal suply chain* antara yakin hingga sangat yakin. Secara keseluruhan gen Z pada daerah Solo raya memiliki persepsi yang baik terhadap *halal supply chain* industri makanan dan minuman.

Kata kunci: Generasi Z, Persepsi, *Halal supply chain*, Solo Raya

PENDAHULUAN

Generasi Z, yang merupakan kelompok individu yang lahir sekitar tahun 1997 hingga 2012 (Dimock, 2019), telah menjadi fokus utama dalam perubahan sosial dan perilaku konsumen (Diva et al., 2020; Khadar, 2020; Secretaria et al., 2023; Rizky & Gunawan, 2022). Dalam konteks industri makanan dan minuman halal, mereka memiliki peran yang semakin signifikan dalam mempengaruhi dinamika pasar (Krishnan et al., 2017). Di Solo Raya, wilayah yang terletak di Jawa Tengah, Indonesia, perkembangan ini juga terlihat dalam konteks *halal supply chain*. *Halal supply chain* adalah sistem yang kompleks yang mencakup produksi, distribusi, dan pemasaran produk yang memenuhi persyaratan halal sesuai dengan ajaran agama Islam (Haleem et al., 2019; Sarwar et al., 2021).

Menurut data yang dikeluarkan oleh Badan Penyelenggaraan Jaminan Halal (BPJPH) Indonesia, secara keseluruhan UMKM dan industri makanan minuman di Indonesia pada tahun 2023 yang telah tersertifikasi halal sejumlah 2.701.585, dan Jawa Tengah adalah daerah kedua terbesar yang mendapatkan sertifikasi halal (BPJPH, 2023). Perkembangan sertifikasi halal UMKM yang semakin meningkat

mempermudah konsumen untuk dapat memilih produk yang memenuhi kriteria kebutuhan konsumen, salah satunya adalah kebutuhan makanan halal. Persepsi konsumen terhadap *halal supply chain* memiliki dampak besar pada keputusan mereka dalam membeli barang (Almelaih Alfzari & Omain, 2022; Azlan Wan Hassan et al., 2016; Ustadi et al., 2020). Generasi Z, dengan karakteristik dan nilai-nilai unik mereka, membawa pandangan baru terhadap *halal supply chain*. Mereka cenderung lebih berpikiran terbuka, teknologis, dan memiliki ekspektasi tinggi terhadap transparansi dan kualitas produk (Polas et al., 2022). Penelitian mengenai pandangan generasi Z terhadap *halal supply chain* dan produk halal lainnya telah diteliti (Bawono et al., 2022; Kamarulzaman et al., 2020; YÜKSEL, 2022). Namun belum ada penelitian mengenai persepsi *halal supply chain* pada gen z di wilayah Solo Raya.

Hal yang menarik untuk dipahami adalah sejauh mana Generasi Z di Solo Raya memahami konsep *halal supply chain*, apa yang menjadi faktor-faktor utama yang memengaruhi persepsi mereka terhadap produk halal, dan bagaimana persepsi ini mempengaruhi keputusan pembelian mereka. Karena mayoritas masyarakat Indonesia terdiri dari generasi

milennial dan generasi Z tersebut, sehingga pangsa pasar pun akan didominasi oleh kedua generasi tersebut (Shalihah, 2021). Selain itu, penelitian ini relevan dengan perdebatan global tentang kehalalan dan keamanan pangan, serta masalah-masalah etis dalam produksi makanan dan minuman. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana Generasi Z di Solo Raya memandang *supply chain halal*, kita dapat bergerak menuju pemasaran yang lebih inklusif dan berkelanjutan dalam konteks produk halal.

Penelitian ini akan membantu produsen, distributor, dan pemasar produk halal untuk lebih memahami preferensi dan harapan generasi muda ini, sehingga mereka dapat meningkatkan transparansi dan kepatuhan terhadap standar halal dalam rantai pasok mereka. Artikel ilmiah ini akan menggali lebih dalam tentang persepsi Generasi Z terhadap *supply chain halal* di Solo Raya dan memberikan wawasan berharga bagi para pemangku kepentingan dalam industri makanan dan minuman serta ilmuwan yang tertarik dalam studi konsumen dan *supply chain management*.

BAHAN DAN METODE

Responden

Jumlah responden pada penelitian ini adalah 57 orang yang merupakan Generasi Z di Solo Raya. Wilayah Solo Raya meliputi Surakarta, Sukoharjo, Klaten,

Karanganyar, Wonogiri, Sragen dan Boyolali. Data primer pada penelitian ini didapat melalui penyebaran kuisioner menggunakan *google form*.

Desain Pertanyaan

Terdapat dua kategori pertanyaan dalam kuisioner tersebut, yaitu informasi data diri responden dan pertanyaan penelitian terkait dengan persepsi *halal supply chain*. Data diri responden meliputi beberapa hal, yaitu 1) Jenis kelamin, 2) Usia, 3) Asal sekolah dan 4) Asal daerah. Pertanyaan penelitian mencakup dua hal, yaitu 1) Pemahaman Halal secara Umum, 2) *Halal supply chain*. *Halal supply chain* mengacu pada (Aisyah, 2020). Pertanyaan terkait persepsi *halal supply chain* yang meliputi empat hal, yaitu 1) Persiapan Produksi, 2) Produksi, 3) Distribusi, 4) Konsumsi. Pertanyaan-pertanyaan penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 1.

Analisis Data

Penelitian ini menggunakan *mixed methods* (Creswell, 2016). Peneliti menggabungkan teknik kuantitatif, dalam penghimpunan data primer melalui kuisioner, dan menggunakan teknik kualitatif-deskriptif, dalam penghimpunan data sekunder dan analisisnya. Data sekunder bersumber dari kabar berita, jurnal, dan hasil riset ilmiah.

Tabel 1. Pertanyaan Pemahaman Halal dan Persepsi *Halal Supply Chain*

No.	Pertanyaan
Pemahaman Halal secara Umum	
A1	Apakah anda mengetahui bahwa setiap muslim wajib mengkonsumsi makanan/minuman halal? Sangat tahu (5) - Sangat tidak tahu (1)
A2	Apakah anda mengetahui bahwa daging babi, anjing, darah dan bangkai itu haram dikonsumsi oleh muslim? Sangat tahu (5) - Sangat tidak tahu (1)
A3	Apakah anda mengetahui bahwa makanan/bahan dapat terkontaminasi dengan makanan/bahan haram? Sangat tahu (5) - Sangat tidak tahu (1)
A4	Apakah anda yakin bahwa produk yang beredar di sekitar anda itu sudah halal? Sangat yakin (5) - Sangat tidak yakin (1)
A5	Apakah anda yakin bahwa produk yang beredar di sekitar anda itu bersih dan higienis? Sangat yakin (5) - Sangat tidak yakin (1)
Persiapan Produksi	
B1	Apakah anda yakin makanan yang anda konsumsi/beli berasal dari bahan baku yang halal? Sangat yakin (5) - Sangat tidak yakin (1)
B2	Apakah anda yakin bahan baku yang digunakan untuk produksi makanan yang anda konsumsi/beli sudah aman (terbebas dari bahan berbahaya, misal borax dan formalin)? Sangat yakin (5) - Sangat tidak yakin (1)
B3	Apakah anda yakin bahan baku yang digunakan untuk produksi makanan yang anda konsumsi/beli sudah bersertifikat halal? Sangat yakin (5) - Sangat tidak yakin (1)
B4	Apakah anda yakin penyimpanan bahan baku makanan yang anda konsumsi/beli bebas dari kontaminasi bahan haram/najis? Sangat yakin (5) - Sangat tidak yakin (1)
B5	Apakah anda yakin penyimpanan produk yang anda konsumsi/beli bebas dari kontaminasi bahan haram/Najis? Sangat yakin (5) - Sangat tidak yakin (1)
Produksi	
C1	Apakah anda yakin lokasi produksi makanan yang anda konsumsi/beli sudah bersih dan higienis? Sangat yakin (5) - Sangat tidak yakin (1)
C2	Apakah anda yakin lokasi produksi makanan yang anda konsumsi/beli sudah bebas dari kontaminasi bahan haram dan najis? Sangat yakin (5) - Sangat tidak yakin (1)

C3	Apakah anda yakin alat-alat produksi yang digunakan sudah bersih? Sangat yakin (5) - Sangat tidak yakin (1)
C4	Apakah anda yakin alat-alat produksi sudah bersertifikat halal? Misal kuas halal, tidak berasal dari bulu babi. Sangat yakin (5) - Sangat tidak yakin (1)
C5	Apakah anda yakin proses produksi makanan yang anda konsumsi/beli tidak tercampur atau dicampur dengan bahan haram? Misal Ciu, Wine, minyak babi dll. Sangat yakin (5) - Sangat tidak yakin (1)
Distribusi	
D1	Apakah anda yakin bahwa makanan yang anda konsumsi/beli tidak didistribusikan bersamaan dengan produk/bahan haram? Sangat yakin (5) - Sangat tidak yakin (1)
D2	Apakah anda yakin bahwa alat transportasi dari makanan yang anda konsumsi/beli bersih/tidak kotor? Sangat yakin (5) - Sangat tidak yakin (1)
D3	Apakah anda yakin bahwa penyajian makanan yang anda konsumsi/beli bebas dari kontaminasi bahan haram / najis ? Sangat yakin (5) - Sangat tidak yakin (1)
D4	Apakah anda yakin bahwa penyajian makanan yang anda konsumsi menggunakan peralatan yang bersih /sudah dicuci ? Sangat yakin (5) - Sangat tidak yakin (1)
D5	Apakah anda yakin bahwa sabun cuci atau peralatan cuci telah bersertifikat halal? Sangat yakin (5) - Sangat tidak yakin (1)
Kegiatan Konsumsi	
E1	Apakah anda yakin makanan yang anda konsumsi/beli merupakan produk halal? Sangat yakin (5) - Sangat tidak yakin (1)
E2	Apakah anda yakin makanan yang anda konsumsi melalui proses yang higienis dan bersih? Sangat yakin (5) - Sangat tidak yakin (1)
E3	Apakah anda yakin makanan yang anda konsumsi/beli telah terdapat label halal resmi BPJPH? Sangat yakin (5) - Sangat tidak yakin (1)
E4	Apakah anda yakin lokasi penjualan makanan sudah bersih dan terbebas dari cemaran najis dan bahan haram? Sangat yakin (5) - Sangat tidak yakin (1)
E5	Apakah anda yakin pelayan produk makanan sudah mencuci tangan dengan bersih dan tidak menyentuh benda najis /bahan haram? Sangat yakin (5) - Sangat tidak yakin (1)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Artikel ini bertujuan untuk mengetahui persepsi halal supply chain pada generasi Z di area Solo Raya yang terdiri dari Kabupaten Sukoharjo, Boyolali, Wonogiri, Sragen, Karanganyar dan Kotamadya Surakarta. Data pada tabel 2 memperlihatkan karakteristik responden yang terlibat. Penelitian ini menggunakan survey acak sederhana dengan melibatkan 57 responden.

Tabel 2. Karakteristik Responden Kuisioner *Halal Supply Chain* di wilayah Karesidenan Surakarta dan sekitarnya (n = 57 orang)

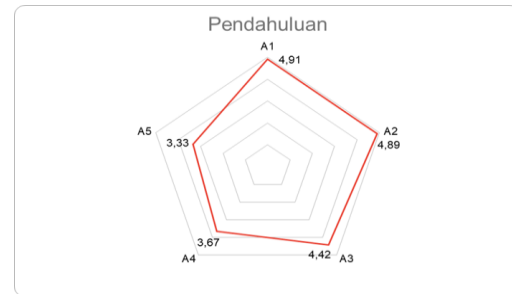
Karakteristik		Nilai
Jenis kelamin (%)	Laki-laki	26,32
	Perempuan	73,68
Usia (tahun)		17,61 ± 1,01
Asal sekolah (%)	SMA	21,05
	SMK	12,28
	MA/Boarding/Pesantren	35,09
	Lainnya	31,58
Asal daerah (%)	Surakarta	14,04
	Sukoharjo	12,28
	Klaten	36,84
	Karanganyar	12,28
	Wonogiri	1,75
	Sragen	8,77
	Boyolali	14,04

Responden memiliki usia rata-rata 17 tahun, yang memperlihatkan bahwa responden yang terlibat adalah generasi Z. Generasi Z, sering disebut juga generasi digital, merupakan generasi yang lahir pada perkembangan teknologi serta memiliki ketergantungan yang besar terhadap teknologi, dimana generasi ini lahir pada kurun waktu 1995 hingga 2010 (Adityara et al., 2019). Dari data ini dapat diasumsikan bahwa seluruh responden berada pada rentang siswa tingkat atas/setara madrasah Aliyah. Total responden perempuan berjumlah 73,68% sedangkan sisanya adalah laki-laki. Data ini didukung oleh fakta bahwa jumlah penduduk perempuan pada area Solo raya lebih banyak daripada laki-laki (BPS Jawa Tengah, 2022). Dari keseluruhan responden, mayoritas responden berasal dari Madrasah Aliyah/Boarding School/Pesantren sejumlah 35,09%. Meskipun sisanya berasal dari sekolah umum, namun Pendidikan di Indonesia sejak taman Kanak-kanak telah memasukan nilai-nilai keislaman yang secara tidak langsung juga mempengaruhi pengetahuan mereka tentang halal (Hasyim & Purnasari, 2021). Nilai-nilai ajaran agama menurut (Forghani et al., 2019) nyatanya memiliki peran

dalam mempengaruhi perilaku konsumen, yang pada akhirnya akan mempengaruhi juga niat beli dan keputusan yang diambil.

Pemahaman Halal secara Umum

Pemahaman terkait nilai-nilai islam yang sudah ditanamkan sejak dini menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi pengetahuan responden tentang halal. Hasil jawaban responden memperlihatkan bahwa pemahaman terkait kewajiban mengkonsumsi makanan/minuman halal dipahami dengan sangat baik oleh responden (dengan nilai 4,91). Dalam Islam, aspek yang dibahas tidak hanya terkait ibadah namun juga seluruh aspek kehidupan manusia. Secara umum, di dalam Islam, manusia tidak hanya diajarkan tentang bagaimana cara beribadah terhadap Allah namun juga diberi tuntunan tentang bagaimana menjalankan kehidupan dengan baik. Dalam meraih kehidupan yang baik dimulai dengan menjalankan konsep halal, yang berasal dari Bahasa Arab, yang secara atimologi diartikan sebagai hal-hal yang boleh dan dapat dilakukan karena bebas maupun tidak terikat dengan ketentuan yang melarangnya (Adriani & Ma'ruf, 2020). Secara jelas, hasil kuesioner terhadap responden terkait pengetahuan mereka pada pemahaman halal secara umum dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Diagram respon pertanyaan pendahuluan

Selain itu, responden juga mengetahui dengan baik bahwa daging babi, anjing, darah dan bangkai haram dikonsumsi oleh muslim (nilai 4,89). Pengetahuan terhadap pangan yang dilarang dalam Islam dipandang sebagai persepsi yang dimiliki konsumen serta wawasan konsumen terhadap produk pangan. Dari pengetahuan ini, seorang konsumen dalam melakukan pemetaan terhadap pangan yang mereka yakini merupakan pangan halal. Tingkat pengetahuan konsumen terhadap produk/pangan halal akan memberikan dampak positif terhadap keinginan konsumen untuk memilih produk maupun memilih merk (Al Rochmanto et al., 2015). Tidak mengkonsumsi pangan yang berasal dari produk haram merupakan salah satu bentuk ketaatan pada larangan yang tercantum di dalam Al-Quran. Selain itu responden juga memiliki pemahaman yang baik terkait kemungkinan terjadinya

kontaminasi pada makanan yang berasal dari bahan haram maupun makanan haram lainnya (3,42). Pangan halal, secara kenampakan hampir sama seperti pangan lainnya, namun dilihat dari bahan mentah, teknik pengolahan hingga proses penanganan di dalam gudang maupun saat distribusi harus mengikuti dan dapat dibuktikan bahwa keseluruhannya dilakukan dalam koridor hukum Islam (Krishnan et al., 2017). Memahami bahwa semua pangan yang mengalami pengolahan berpotensi terjadi kontaminasi bahan haram dalam proses pengolahannya, akan menjadi pendorong konsumen untuk lebih berhati-hati dalam memilih pangan. Hal ini yang mendorong makin masifnya proses sertifikasi halal di Indonesia. Sertifikasi halal telah menjadi faktor pendorong minat konsumen dalam membeli produk (Nurhasah et al., 2018). Sertifikasi halal di Indonesia baru mulai diwajibkan pada tahun 2014, melalui UU Jaminan Produk Halal, terutama untuk produk pangan diwajibkan untuk mempunyai sertifikat halal berlaku tahun 2024. 57 responden meyakini dengan baik bahwa produk yang beredar di sekitar anda itu sudah halal yaitu sebesar 3,67 dari skala 1-5. Hal ini salah satunya di dorong oleh masifnya produk-produk yang terus berlomba untuk

mendapatkan sertifikat halal, dampak dari berlakunya UU JPH yang mewajibkan sertifikasi halal, dari awalnya bersifat *voluntary* menjadi *mandatory*. Namun begitu, pemahaman terhadap pangan halal juga berdampak terhadap keyakinan bahwa produk yang beredar di lingkungan responde bersih dan higienis. Sebesar 3,33 nilai yang didapat dari hasil kuesioner dengan rentang 1-5, menunjukkan bahwa responden meyakini dengan baik bahwa produk pangan di sekitar mereka sudah bersih dan higienis. Berkaca pada klausul halal, maka makna *thayyib* tidak dapat dilepaskan. Inilah yang membuat konsumen meyakini bahwa jika pangan tersebut halal maka pangan itu juga bersih dan higienis (Chaudry & Riaz, 2014). Senada dengan bahwa sertifikasi halal juga menjadi sinyal bahwa produsen pangan telah meningkatkan standar kebersihan dan sanitasi dari produk tersebut (Lada et al., 2009).

Pemahaman *Halal Supply Chain*

1. Persiapan Produksi

Dewasa ini, pasar produk halal tidak hanya pada level lokal, namun juga internasional. Kondisi ini menyebabkan semakin meningkatnya kebutuhan akan produk halal tidak hanya pada negara

Muslim namun juga Non-Muslim. Kondisi ini yang menyebabkan produk halal menjadi dikenal secara global yang secara langsung membutuhkan juga pengembangan pada rantai pasok halal (*halal supply chain*). *Halal supply chain* menjadi penting karena konsep halal tidak hanya mengacu pada produk itu sendiri namun juga keseluruhan rantai pasok yang berperan dari mulai bahan baku di level petani hingga produk akhir di level konsumen. Pada akhir tahun 2000-an, masyarakat muslim mulai menyadari bahwa konsep halal tidak hanya mengacu pada produk akhir dalam hal ini pangan, namun juga meliputi keseluruhan proses yang berperan termasuk proses pengolahan, pengemasan, penyimpanan hingga distribusi. Dari sini bisa dikatakan jika pangan tidak ditangani maupun disimpan sesuai hukum islam, maka produk tersebut tidak bisa disebut sebagai produk pangan (Omar & Jaafar, 2011). Seluruh responden yang terlibat dalam penelitian ini diberi kuesioner yang berisi tentang pengetahuan mereka seputar *halal supply chain*, meliputi proses persiapan produksi, produksi, distribusi hingga konsumsi. Pada proses persiapan produksi, pengetahuan responden terhadap proses persiapan produksi seperti terlihat pada Gambar 2. Secara umum,

responden meyakini bahwa seluruh proses persiapan produksi dari pangan yang mereka konsumsi sudah ditangani dengan baik sesuai kaidah halal. Di dalam Islam, muslim dilarang untuk mengkonsumsi pangan non halal dalam kehidupan mereka. Maka seluruh aspek yang berkaitan dengan bahan baku pembuat produk pangan, termasuk status kebersihannya sudah memenuhi kaidah halal. Begitu pula pada proses bahan baku maupun pada penyimpanan bahan baku harus memenuhi kaidah halal (Alqudsi, 2014).

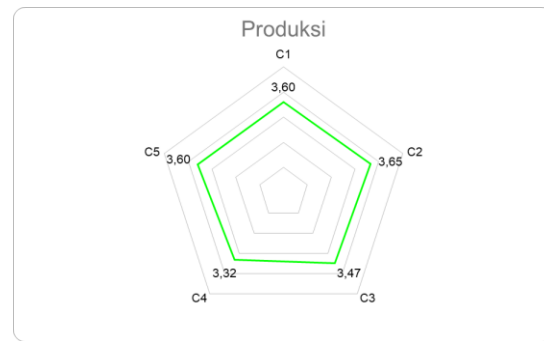


Gambar 2. Diagram respon persiapan produksi

2. Produksi

Tahap produksi merupakan tahap pengolahan makanan/minuman yang berkaitan langsung dengan tingkat kebersihan, higienitas, bebas najis, dan bahan haram pada lokasi dan peralatan produksi yang digunakan. Berdasarkan hasil survey mengenai tahap produksi makanan/minuman yang responden konsumsi pada Gambar 3. diketahui bahwa

lokasi produksi dan peralatan produksi membuat responden lumayan ragu-ragu terhadap tingkat kebersihan, higienitas, dan bebas kontaminasi bahan haram dan najis dibuktikan dengan nilai responden berturut-turut yaitu 3,60 ; 3,65 ; dan 3,47. Penyebab dari keraguan tersebut disebabkan responden lumayan ragu-ragu juga terhadap peralatan produksi makanan/minuman yang mereka konsumsi apakah sudah bersertifikat halal atau belum yang dibuktikan dengan nilai responden sebesar 3,32, hal ini karena responden paham jika sertifikat halal pada produk makanan dan minuman memberikan perlindungan dan kepastian hukum atas hak-hak konsumen muslim (Syafriada, 2016). Keraguan responden terhadap peralatan yang belum tersertifikasi halal juga berdampak kepada keraguan mereka terhadap apakah makanan/minuman yang mereka konsumsi bebas dari tercampur bahan haram yang dibuktikan dengan nilai responden sebesar 3,60 karena responden paham mengenai proses produk pangan juga meliputi proses produksi dan bukan hanya produk akhir saja dan sesuai dengan UU RI Nomor 33 Tahun 2014 tentang jaminan produk halal.

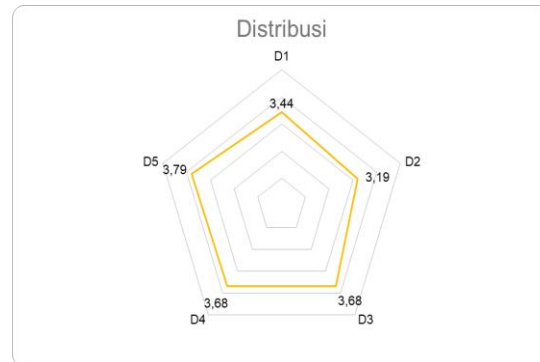


Gambar 3. Diagram respon tahap produksi

3. Distribusi

Distribusi pangan merupakan tahapan pengiriman pangan dari satu tempat ke tempat lain. Distribusi pangan berpotensi terjadinya kontaminasi bahan haram atau najis jika tidak dilakukan secara benar. Jawaban dari responden terhadap lima pertanyaan tersebut dapat dilihat pada Gambar 4. yang berkisar netral (3) sampai yakin (4). Hasil survey dengan skor terendah adalah mengenai keyakinan terhadap alat transportasi dari makanan yang dikonsumsi/beli bersih/tidak kotor dengan nilai responden sebesar 3,19 (cenderung netral/ragu-ragu). Hal ini berarti selama proses distribusi, responden tidak begitu yakin dengan tingkat higienitas dari makanan yang mereka konsumsi karena mereka juga lumayan ragu-ragu terhadap makanan yang mereka konsumsi apakah distribusinya bersamaan dengan bahan haram atau halal dengan hasil survey sebesar 3,44. Responden memiliki

penilaian lumayan yakin terhadap kebersihan dan bebas najis pada penyajian makanan dan peralatan sajinya dengan hasil survey sebesar 3,68 dan 3,68. Hal ini dapat disebabkan responden melihat secara langsung bagaimana makanan yang akan mereka konsumsi pada proses penyajiannya. Hasil survey dengan skor tertinggi adalah mengenai keyakinan responden terhadap sabun cuci atau peralatan cuci yang digunakan pada tahap distribusi telah bersertifikat halal dengan nilai 3,79 (cenderung yakin). Hal ini disebabkan responden telah melihat langsung proses pencucian dan sudah paham bahwa sabun cuci juga memiliki potensi berasal dari bahan haram dan yakin jika sabun cuci yang beredar sudah banyak yang bersertifikasi halal BPJPH. Sabun cuci memiliki titik kritis kehalalan yang terletak pada sumber lemak/minyak yang digunakan. Jika berasal dari minyak/hewan haram atau tidak disembelih secara islami maka memiliki potensi sabun tersebut menjadi haram, salah satunya berasal dari lemak babi (Oroian & Petrescu-Mag, 2017)



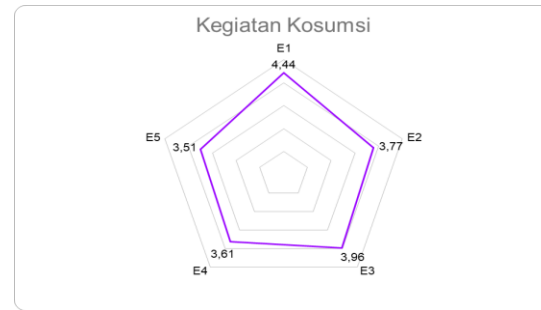
Gambar 4. Diagram respon tahap distribusi

4. Konsumsi

Kegiatan konsumsi merupakan tahapan akhir makanan dan minuman berada di tangan responden dan siap untuk dimakan atau diminum, serta meninjau mengenai pelayanan penjual atau produsen pada pembeli atau konsumen. Berdasarkan hasil survei kegiatan konsumsi responden pada Gambar 4.5. diketahui bahwa responden sangat yakin jika makanan/minuman yang mereka konsumsi / beli merupakan produk halal dengan hasil survey sebesar 4,44 karena mereka juga yakin jika makanan/minuman yang mereka konsumsi/beli telah terdapat label halal resmi BPJPH dengan hasil survey sebesar 3,96. Keberadaan produk yang telah bersertifikasi halal dari BPJPH tidak lepas dari peran BPJPH lebih persuasif dalam melakukan sosialisasi dan pembinaan kepada pelaku usaha dalam sertifikasi halal

produk pangan. Dari sisi produsen juga telah memahami jika setelah Setelah 17 Oktober 2024, semua produk yang beredar dan diperdagangkan di wilayah Indonesia wajib bersertifikat halal (Pasal 67 UU JPH) (Mohammad, 2021).

Pada hasil penelitian ini juga diketahui bahwa responden kurang yakin pada makanan/minuman yang mereka konsumsi apakah telah melalui proses yang higienis dan bersih serta bebas cemaran najis dan bahan haram dengan hasil survey berurutan sebesar 3,77 dan 3,61. Hal ini karena mereka kurang yakin atau lumayan ragu-ragu apakah pelayan produk makanan/minuman yang mereka konsumsi sudah mencuci tangan dengan bersih dan tidak menyentuh benda najis atau bahan haram dengan hasil survey sebesar 3,51 dan hasil survey ini sejalan dengan hasil penelitian dari Minarto *et al.* (2022) yaitu secara teori pelaku usaha sebenarnya telah memahami *hygiene* sanitasi dengan baik, bagaimana proses pengelolaan makanan dengan memperhatikan kaidah-kaidah *hygiene* sesuai persyaratan kesehatan, namun pada prakteknya bisa dilihat dari hasil pengamatan, bahwasanya pelaku usaha cenderung mengabaikan dan tidak menjalankan pedoman personal *hygiene*.



Gambar 5. Diagram respon kegiatan konsumsi

KESIMPULAN

Hasil penelitian mengungkapkan pemahaman halal secara umum pada gen Z di Solo Raya antara baik hingga sangat baik, dengan nilai tertinggi pada pertanyaan A1 (Apakah anda mengetahui bahwa setiap muslim wajib mengkonsumsi makanan/minuman halal?) dengan nilai 4,91. Presepsi gen Z mengenai persiapan produksi adalah ragu-ragu hingga yakin. Nilai tertinggi terletak pada pertanyaan B3 (Apakah anda yakin bahan baku yang digunakan untuk produksi makanan yang anda konsumsi/beli sudah bersertifikat halal?) dengan nilai 3,98. Presepsi gen Z terhadap produksi makanan dan minuman di Solo Raya mendapatkan hasil yang ragu-yakin, dengan nilai tertinggi pada pertanyaan C2 (Apakah anda yakin lokasi produksi makanan yang anda konsumsi/beli sudah bebas dari kontaminasi bahan haram dan najis?) dengan 3,65. Begitu pula pada presepsi gen Z terhadap distribusinya. Nilai

tertinggi pada jawaban pertanyaan D5 (Apakah anda yakin bahwa sabun cuci atau peralatan cuci telah bersertifikat halal?) dengan nilai 3,79. Persepsi gen Z terhadap konsumsinya terhadap *halal supply chain* antara yakin hingga sangat yakin, dengan nilai tertinggi pada jawaban pertanyaan E1 (Apakah anda yakin makanan yang anda konsumsi/beli merupakan produk halal?) dengan nilai 4,44. Secara keseluruhan gen Z pada daerah Solo raya memiliki persepsi yang baik terhadap *halal supply chain* industri makanan dan minuman.

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, I. 2020. *Implementasi Halal Supply Chain Management Pada Industri Pengolahan Makanan (Studi Kasus : Restoran Taman Pringsewu Yogyakarta)*. Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
- Creswell, J. W. 2016. *Research Design: Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran (H. El Rais (ed.))*. Pustaka Pelajar.
- Adityara, S., Taufik Rakhman, R., & Teknologi Bandung, I. 2019. *Karakteristik Generasi Z dalam Perkembangan Diri Anak Melalui Visual*.
- Adriani, L., & Ma'ruf. 2020. Pengaruh Islamic Religiosity dan Halal Knowledge terhadap Purchase Intention Kosmetik Halal Dimediasi oleh Attitude terhadap Produk Halal di Indonesia. *AL-MUZARA'AH*, 8(1), 57–72. <https://doi.org/10.29244/JAM.8.1.57-72>
- Al Rochmanto, B., Widiyanto, I., & Manajemen, J. 2015. Pengaruh pengetahuan produk dan norma religius terhadap sikap konsumen dalam niat mengkonsumsi produk makanan dan minuman halal (Studi Kasus di Kota Semarang). *Diponegoro Journal Of Management*, 4(1). <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Alqudsi, S. G. 2014. Awareness and Demand for 100% Halal Supply Chain Meat Products. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 130, 167–178. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.04.021>
- BPS Jawa Tengah. 2022. *Jumlah Penduduk Menurut Jenis Kelamin dan Kabupaten Kota di Jawa Tengah*.
- Chaudry, M. M., & Riaz, M. N. 2014. Safety of Food and Beverages: Halal Food Requirements. In *Encyclopedia of Food Safety* (Vol. 3, pp. 486–491). Elsevier. <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-378612-8.00400-5>
- Forghani, M. H., Kazemi, A., & Ranjbarian, B. 2019. Religion, peculiar beliefs and luxury cars' consumer behavior in Iran. *Journal of Islamic Marketing*, 10(2), 673–688. <https://doi.org/10.1108/JIMA-06-2018-0101>
- Hasyim, F., & Purnasari, N. 2021. Antecedent Of Halal Food Purchasing Decision: A Theory Of Planned Behavior (TPB) Approach. *IQTISHADIA*, 14(1), 107. <https://doi.org/10.21043/iqtishadia.v14i1.10002>
- Krishnan, S., Omar, C. M. C., Zahran, I., Syazwan, N., & Alyaa, S. 2017. The Awareness of Gen Z's toward Halal Food Industry. *Management*, 7(1), 44–47. <https://doi.org/10.5923/j.mm.20170701.06>

- Lada, S., Harvey Tanakinjal, G., & Amin, H. 2009. Predicting intention to choose halal products using theory of reasoned action. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 2(1), 66–76. <https://doi.org/10.1108/17538390910946276>
- Nurhasah, S., Munandar, J. M., & Syamsun, M. 2018. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Produk Makanan Olahan Halal pada Konsumen. *Jurnal Manajemen Dan Organisasi*, 8(3), 250–260. <https://doi.org/10.29244/jmo.v8i3.22473>
- Omar, E. N., & Jaafar, H. S. 2011. Halal supply chain in the food industry - A conceptual model. *ISBEIA 2011 - 2011 IEEE Symposium on Business, Engineering and Industrial Applications*, 384–389. <https://doi.org/10.1109/ISBEIA.2011.6088842>
- Oroian, F. C., & Petrescu-Mag, I. V. 2017. Old and new perspectives of using pork fat. *Porcine Research*, 7(1) : 10-16.
- Syafrida, S. 2016. Sertifikat Halal Pada Produk Makanan Dan Minuman Memberi Perlindungan Dan Kepastian Hukum Hak-Hak Konsumen Muslim. *Adil : Jurnal Hukum*, 7(2), 159-174. <https://doi.org/10.33476/ajl.v7i2.353>
- Minarto, E., Sudarsono, Faridawati, & Purwaningsih, S. Y. 2022. Evaluasi Kehalalan dan Personal Hygiene Penjual Makanan/Jajanan di Sekitar Pondok Pesantren Bahrul Ulum Tambak Beras Jombang. *SEWAGATI : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(5). <https://doi.org/10.12962/j26139960.v6i5.291>
- Mohammad, M. F. M. 2021. Pengaturan Sertifikasi Jaminan Produk Halal Di Indonesia. *KERTHA WICAKSANA: Sarana Komunikasi Dosen dan Mahasiswa*, 15(2), 149-157. <https://doi.org/10.22225/kw.15.2.2021.149-157>
- Almelaih Alfzari, S. A. A., & Omain, S. Z. B. 2022. Halal food supply chain practices. *International Journal of Health Sciences*. <https://doi.org/10.53730/ijhs.v6ns2.4800>
- Azlan Wan Hassan, W., Mohd Tariqi Raja Lope Ahmad, R., Hamid, A., & Megat Mohd Zainuddin, N. 2016. The Perception on Halal Supply Chain Management Systems Implementation of SMEs in Selangor. *Indian Journal of Science and Technology*, 9(34). <https://doi.org/10.17485/ijst/2016/v9i34/100843>
- Bawono, A., Saputra, Y., & Annur, F. 2022. Analysis of Gen Z Muslims' Interpersonal Behavior in Halal Food Purchasing in Indonesia. *Journal of King Abdulaziz University, Islamic Economics*, 35(1). <https://doi.org/10.4197/Islec.35-1.6>
- BPJPH. 2023. *Statistik Sertifikasi Halal Indonesia oleh BPJPH*. <http://olap.halal.go.id/public/dashboard/93784e9b-386a-4806-8aac-f7137c150c15>
- Dimock, M. 2019. *Where Millennials end and Generation Z begins*. Pew Research Center.
- Diva, N., Rembulan, R., & Firmansyah, E. A. 2020. Perilaku Konsumen Muslim Generasi-Z Dalam Pengadopsian Dompot Digital. *Valid Jurnal Ilmiah*, 17(2).
- Haleem, A., Khan, S., & Khan, M. I. 2019. Traceability implementation in food supply chain: A grey-DEMATEL approach. *Information Processing in Agriculture*, 6(3). <https://doi.org/10.1016/j.inpa.2019.01.003>
- Kamarulzaman, N. H., Ahmad Tarmizi, H., & Misri, S. M. 2020. Generation Z's Awareness Of Eating At Halal Certified

- Restaurants. *Malaysian Journal Of Agricultural Economics*, 29(1). <https://doi.org/10.36877/mjae.a0000156>
- Khadar, M. 2020. Understanding the Pattern of Online Consumer Buying Behavior of Gen Z-an Empirical Study. *Asia Pacific Journal of Research ISSN, Xii*.
- Krishnan, S., Omar, C. M. C., Zahran, I., Syazwan, N., & Alyaa, S. 2017. The Awareness of Gen Z's toward Halal Food Industry. *Management*, 7(1), 44–47. <https://doi.org/10.5923/j.mm.20170701.06>
- Norberto M. Secretaria, Amelia Girly L. Aranas, Christina Y. Pacubas, & Leovigilda L. Bithay. 2023. Understanding gen z consumer preferences for pricing methods: a case study in cebu, philippines. *EPR International Journal of Multidisciplinary Research (IJMR)*. <https://doi.org/10.36713/epri12720>
- Polas, M. R. H., Raju, V., Hossen, S. M., Karim, A. M., & Tabash, M. I. 2022. Customer's revisit intention: Empirical evidence on Gen-Z from Bangladesh towards halal restaurants. *Journal of Public Affairs*, 22(3). <https://doi.org/10.1002/pa.2572>
- Rizky, V. A., & Gunawan, A. I. 2022. Membangun Perilaku Konsumen Dalam Memilah Sampah Plastik: Pendekatan Theory of Planned Behavior (TPB). *Prosiding The 13th Industrial Research Workshop and National Seminar*.
- Sarwar, A., Zafar, A., & Qadir, A. 2021. Analysis and prioritization of risk factors in the management of Halal supply chain management. *Discover Sustainability*, 2(1). <https://doi.org/10.1007/s43621-021-00039-6>
- Shalihah, N. F. 2021. Indonesia Didominasi Generasi Milenial dan Generasi Z, Apa Plus Minusnya? *Inggried Dwi Wedhaswary Kompas.Com*.
- Ustadi, M. N., Osman, S., & Rasi, R. Z. 2020. Perception of non-muslim manufacturers towards halal food supply chain in Malaysia. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 10(11).
- Yüksel, S. 2022. Gen Z as Halal Consumers: Oman Scope. *Academic Platform Journal of Halal Life Style*. <https://doi.org/10.53569/apjhls.1038904>