



## Dampak Literasi *Halal Food* dan Kesadaran Sertifikasi Halal terhadap Keputusan Pembelian *Korean Food* (Studi Kasus Generasi Z)

Zenita Alvina Fauziah<sup>1\*</sup>, Risma Syan Sabilla<sup>2</sup>, Rifa Khoerunnisa<sup>3</sup>, Lina Marlina<sup>3</sup>

<sup>1-4</sup> Universitas Siliwangi Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Agama Islam Tasikmalaya, Jawa Barat, Indonesia

\*Penulis Korespondensi: [231002061@student.umsil.ac.id](mailto:231002061@student.umsil.ac.id)

**Abstract.** *The lifestyle of Indonesian society, especially among Generation Z, has been influenced by globalization and foreign popular culture, specifically the Korean wave or hallyu. Awareness of halal certification and knowledge and literacy about halal food are important to study as they influence Generation Z's purchasing decisions regarding Korean food. This study uses a descriptive method, namely a qualitative approach, while the type of research used is literature research in the form of books, interpretations of the Qur'an, Hadith, and others related to the problem to be solved. Halal food is food and drink that is permissible for consumption according to Islam, i.e., free from haram ingredients such as pork, meat from animals that have not been slaughtered in accordance with Islamic law, and alcohol. To determine whether food is haram, there needs to be a guarantee, such as a halal certificate, which is an absolute step to ensure that a product complies with applicable standards. Korean food is cuisine that has grown and developed from the Korean environment and culture, which has a unique taste, starting from the names of the dishes, which are able to attract the interest of the public, especially Generation Z.*

**Keywords:** *Generation Z; Halal Certification; Halal Food; Halal; Korean Food*

**Abstrak.** Gaya hidup masyarakat Indonesia terutama pada generasi Z telah dipengaruhi dengan perkembangan globalisasi serta budaya populer asing tepatnya Korean wave atau hallyu. Kesadaran terhadap sertifikat halal dan pengetahuan serta literasi halal food penting untuk dikaji sebagaimana hal tersebut mempengaruhi keputusan pembelian Korean food di kalangan generasi Z. Dalam penyusunan menggunakan metode deskriptif yakni melalui pendekatan kualitatif, sementara itu, Adapun untuk jenis penelitian menggunakan penelitian kepustakaan atau literatur berupa buku, tafsir Al-Qur'an, Hadits, dan yang lainnya yang terkait dengan permasalahan yang akan dipecahkan. Adapun Halal Food yaitu ,makanan serta minuman sebagaimana menurut Islam diperbolehkan untuk dikonsumsi yakni jauh dari komposisi haram seperti halnya babi, daging hewan yang disembelih tidak sesuai syariat Islam dan alkohol. Untuk menentukan makan yang haram perlunya ada jaminan seperti sertifikat halal yang mana merupakan langkah yang mutlak untuk memastikan suatu produk yang sesuai dengan standar yang berlaku. Makan Korea merupakan masakan yang tumbuh dan lahir dari lingkungan dan budaya Korea, yang memiliki cita rasa makanan yang unik, mulai dari nama menunya sehingga mampu menarik minat masyarakat khususnya generasi Z.

**Kata kunci:** Generasi Z; Halal; Makanan Halal; Makanan Korea; Sertifikasi Halal

### 1. LATAR BELAKANG

Pertumbuhan globalisasi dan arus budaya populer asing, khususnya Hallyu atau Korean Wave, sudah membawa pengaruh yang besar bagi pola perilaku hidup Masyarakat Indonesia, utamanya bagi Masyarakat yang termasuk pada Gen-Z. Salah satu aspek yang sangat mencolok adalah meningkatnya ketertarikan terhadap makanan khas Korea ( Korean Food), yang kini dengan mudah ditemukan di berbagai platform baik restoran, festival kuliner, hingga marketplace daring. Namun, di tengah tren ini, muncul persoalan penting terkait kehalalan produk makanan tersebut, mengingat mayoritas penduduk Indonesia adalah Muslim yang terikat pada prinsip-prinsip konsumsi halal.(Gloria Wiryajaya et al. 2024)

Menurut sumber dari Badan penyelenggara jaminan produk halal sampai tahun 2024, masih banyak produk makanan impor termasuk Korean Food yang ternyata masih belum memiliki sertifikasi halal yang resmi resmi. Selain dari pada itu, survei yang dilakukan oleh LPPOM MUI menunjukkan bahwa 65% konsumen Muslim muda belum sepenuhnya memahami makna halal secara menyeluruh, dan 48% dari mereka mengaku jarang mengecek keberadaan label halal Ketika akan membeli makanan luar negeri. Temuan ini menunjukkan bahwa tingkat literasi Halal Food dan kesadaran akan pentingnya sertifikasi halal masih tergolong rendah, terutama di lingkuan Gen-Z yang notabene merupakan konsumen aktif makanan viral serta viral seperti Korean Food.. (Rahayuningsih and Ghozali 2021)

Oleh karena itu, penting untuk mengkaji bagaimana literasi Halal Food dan kesadaran terhadap sertifikasi halal memengaruhi keputusan pembelian Korean Food di kalangan Generasi Z. Studi ini menjadi relevan untuk melihat sejauh mana nilai-nilai keagamaan dan pemahaman konsumen Muslim muda diterapkan dalam praktik konsumsi mereka di tengah gempuran budaya asing. Oleh karena itu penelitian ini diharapkan mampu mendukung upaya edukasi halal, serta menjadi pertimbangan bagi pelaku usaha dan regulator dalam meningkatkan sertifikasi dan literasi halal di Indonesia.

## **2. KAJIAN TEORITIS**

### **Teori Literasi Halal Food**

Teori literasi halal menjelaskan kemampuan seseorang dalam membedakan produk yang halal dan juga haram atas dasar pengetahuan serta pemahaman yang berkaitan dengan hukum Islam. Teori ini dapat diukur melalui kemampuan individu (self-efficacy) dan kemampuan sebenarnya (actual literacy), yang mempengaruhi perilaku pembelian produk halal. Teori ini juga mengacu pada konsep seperti Theory of Planned Behaviour yang mengaitkan sikap, tekanan sosial, dan kontrol persepsi terhadap perilaku konsumsi halal. Literasi halal tidak hanya mencakup pemahaman konsep kehalalan dan haram, tetapi juga kemampuan menganalisis bahan, proses produksi, serta dampak dari keputusan konsumsi halal dalam kehidupan sehari-hari.(Pasaribu, 2024a).

Literasi halal tidak hanya dimaknai sebagai pemahaman ajaran agama Islam, tetapi mencakup kemampuan menelaah label produk serta sertifikasi halal. Literasi ini merupakan perpaduan antara ilmu agama serta prinsip ilmiah yang berperan penting dalam membantu individu menentukan pilihan konsumsi makanan yang bijak sesuai tuntutan Islam. Dalam praktiknya, literasi halal harus berlandaskan pada hukum utama yang bersifat tetap, yakni Al-Qur'an dan Hadist sebagai pedoman wajib umat Islam. Selain itu juga, untuk memperkaya

pemahaman mengenai halal food, diperlukan pula rujukan pada ijma para ulama sebagai dasar hukum pelengkap. (Nurdin et al., 2024).

### **Teori Sertifikasi Kehalalan Produk**

Teori sertifikasi kehalalan produk ini merupakan proses pengakuan resmi bagi suatu produk sudah mencukupi standar halal berdasarkan Syariat Islam. Pada proses ini melibatkan serangkaian pengecekan semua bahan baku yang dipakai, semua rangkaian proses produksi dan sistem jaminan halal untuk mendapatkan fatwa MUI, setelah itu kemudian diterbitkan oleh Badan penyelenggara jaminan produk halal. Tujuan utamanya untuk memberikan kepastian, ketenangan serta rasa aman untuk konsumen muslim dalam menggunakan produk tersebut (Rahayuningsih and Ghozali 2021).

Proses sertifikasi ini halal ini meliputi proses pengauditan juga tahapan pemeriksaan secara terperinci terhadap seluruh tahapan-tahapan produksi serta tahapan pengolahan produk, dari ketika memilih bahan baku sampai proses pendistribusian terakhir. Pada tahap itu, dilakukannya pengecekan secara total dengan tujuan demi memastikan jika semua bahan baku yang di gunakan berbahan aman kehalalannya, serta dalam proses pembuatannya sejalan dengan prinsip makanan halal, serta memiliki sistem jaminan halal yang terjamin dan terstruktur di perusahaan. Dengan produk yang tersertifikasi halal perusahaan bisa meyakinkan pada konsumen jika produk yang mereka tawarkan sudah memenuhi standar kehalalan yang ditetapkan. Hal ini akan menarik kepercayaan konsumen muslim sehingga yakin akan kebaikan dan kesesuaian terhadap produk. Sertifikasi juga mampu memfasilitasi perdagangan serta membuka pintu menuju pasar global bagi produk halal. Oleh karena itu sertifikasi halal ini mampu menjawab kebutuhan para konsumen produk halal yang semakin meningkat di seluruh dunia. (Ma'wa and Alim 2024).

Tahapan ini termasuk dalam rangkaian proses pengajuan dalam sertifikasi halal sehingga nantinya perusahaan memiliki sertifikat halal jika pada seluruh proses pengecekan dan pengajuan maka, Fatwa Majelis Ulama Indonesia akan menerbitkan kehalalan produk. Di lain sisi tahap pengajuan yang dilakukan oleh Lembaga pemeriksa halal pada bagian ini akan dilakukan oleh LPPOM - MUI yang kini merupakan salah satu Lembaga pemeriksa halal yang telah diapresiasi keahliannya serta diakreditasi menjadikan proses auditing sudah sangat dikuasai sebab sebelum terjadinya pembaruan mengenai sistem, LPPOM - MUI bagian yang mengelola proses sertifikasi kehalalan produk. Bagi perusahaan yang mengajukan sertifikasi halal akan melalui serangkaian tahapan proses yang ketat demi mendapatkan sertifikasi halal. Tahap ini juga meliputi tahapan pengujian, proses pengecekan, serta penilaian Fatwa MUI yang

menerbitkan kehalalan produk. Di tahap ini, LPPOM-MUI berfungsi sebagai LPH yang telah diakui dan diakreditasi untuk melakukan audit dan pengujian. (V. P. Putri and Andharini 2023).

Dengan melewati proses audit dan pengujian yang dijalankan oleh LPPOM-MUI, perusahaan dijamin jika produk yang diajukan sudah memenuhi persyaratan kehalalan yang sesuai pemeriksaan MUI. Tahap ini akan memberikan keyakinan bagi konsumen jika produk yang ditawarkan halal serta sejalan dengan prinsip syariah. Adapun mekanisme pengajuan sertifikasi halal saat ini yaitu permohonan yang di ajukan oleh pelaku usaha pada BPJPH untuk di periksa dan proses penetapan lalu pengujian oleh LPH kemudian pengecekan lagi oleh BPJPH baru setelah itu keluar fatwa oleh MUI. Dengan demikian, perusahaan yang berhasil melewati semua tahapan proses ini akan memperoleh sertifikat halal yang sah, sebagai bukti jika produk sudah mencukupi standar halal ketat. Hal ini akan memberikan kepercayaan dan kepastian bagi para konsumen-konsumen Muslim jika produk yang mereka konsumsi telah sesuai dengan tuntutan agama mereka. (E. A. Putri 2021) .

Sistem Jaminan Serifikasi Halal yang ditetapkan oleh pihak MUI dalam standarisasi mutu produk jual yang halal meliputi, kebijakan kehalalan, panduan halal, sistem manajemen halal, Standard Operating Procedure atau SOP, Patokan dalam pelaksanaan jaminan halal, desain sistem administrasi perusahaan yang terintegritas, sistem dokumentasi yang baik, sistem jaminan halal yang baik, pelatihan seluruh jajaran sistem jaminan halal, membangun komunikasi yang intens dengan pihak internal maupun eksternal, audit internal, perbaikan terhadap sisten jaminan halal dan penganalisisan ulang dalam manajemen terhadap sistem jaminan halal. (Ginantaka, Uzwatania, and Susanto 2022)(Hidayatullah 2020).

### **Teori Keputusan pembelian**

Teori Keputusan pembelian seorang konsumen adalah suatu hal psikologis seorang dalam memilih kebutuhan dan keinginan berupa produk atau layanan dari pilihan pilihan yang tersedia di pasar. Keputusan pembelian adalah suatu tahapan dalam pengenalan serta evaluasi mengenai informasi yang terdapat dari konsumen dalam membeli, memilih sertabm menggunakan produk dan jasa sehingga konsumen puas akan kebutuhan dan keinginannya.

Konsumen pastinya mempertimbangkan dalam kualitas dan harga suatu produk yang banyak dikenal masyarakat, suatu hal tersebut datang dari berbagai factor factor yang mampu mempengaruhi seorang konsumen ketika memutuskan untuk melakukan pembelian suatu produk dan jasa. Adapun factor internal yang memepengaruhi kepyutusan pembelian yakni motivasi, sikap dan persepsi juga factor eksternal yang mempengaruhi yakni suatu kelompok

termasuk keluarga dan teman, situasi pembelian budaya, dan iklan. Proses pengambilan keputusan, stimulus pemasaran, dan karakteristik individu merupakan faktor-faktor yang dilibatkan dalam keputusan pembelian. (Mulyanto 2024).

Pemecahan masalah dapat diartikan ketika konsumen mampu mengambil keputusan untuk pembelian. Dalam suatu proses pengambilan keputusan tersebut, para konsumen pastinya memiliki sebuah sasaran atau tujuan dalam perilaku yang dilakukan untuk mencapai suatu sasaran tersebut. Adanya perilaku kesadaran dalam memenuhi kebutuhan atau keinginan serta adanya kesadaran atas masalah selanjutnya merupakan perilaku pengambilan keputusan yang telah dilakukan oleh para konsumen untuk melakukan pembelian produk atau jasa, sehingga para konsumen pastinya akan menghadapi tahap evaluasi pasca pembelian setelah melakukan berbagai tahap. (Subianto 2020).

Dari penjelasan mengenai pengambilan keputusan pembelian yang mana telah dijelaskan maka disimpulkan bahwa keputusan pembelian adalah proses pemecahan masalah seorang konsumen dalam memenuhi suatu kebutuhan atau keinginan, dengan mempertimbangkan faktor internal dan eksternal seperti motivasi, harga, kualitas, serta pengaruh lingkungan, hingga akhirnya melakukan pembelian dan evaluasi pasca pembelian.

### **3. METODE PENELITIAN**

Menggunakan metode deskriptif berbasis pendekatan kualitatif. Jenis penelitian yang diambil yaitu penelitian kepustakaan, dilakukan dengan memanfaatkan literatur (kepustakaan) seperti buku-buku, tafsir Al-Qur'an, ensiklopedia, hadist, kamus, jurnal, majalah, dokumen, dan lainnya yang relevan dengan isu permasalahan yang akan dipecahkan. (Fraenkel et al., 2023). Selain itu, penelitian kepustakaan berperan sebagai tahapan peneliti dalam menentukan topik penelitian, menelaah teori yang berhubungan dengan literasi halal food, kesadaran sertifikasi halal, serta keputusan pembelian Korean Food pada Gen Z melalui cara pengumpulan bahan-bahan yang akan dianalisis lebih lanjut dan akhirnya diperoleh hasil penelitian yang sesuai dengan tujuan kajian ini.

### **4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **Pengertian *Halal Food* dan Sertifikasi Halal**

Halal Food berarti segala bentuk pangan yang dapat dikonsumsi berdasarkan syariat Islam, yaitu terbebas dari bahan-bahan haram misalnya alkohol, babi, ataupun dari daging hewan, yang dalam penyembelihannya tidak memenuhi standar prinsip syariah. Daging yang halal dikonsumsi haruslah yang dalam proses sembelihannya dengan menyebut nama Allah, serta

darahnya harus dikeluarkan. Lalu dalam proses pengolahan, penyimpanan, dan penyajiannya harus bebas dari campuran bahan - bahan yang tercampur najis atau bahan haram. Makanan yang halal sering dilengkapi dengan sertifikasi halal dari lembaga berwenang untuk memastikan kehalalannya sebagai petunjuk kemudahan bagi konsumen Muslim.(Hidayatullah 2020).

Dibahas di Al - Qur'an pada surah Al - Baqarah 168 di jelaskan jika Manusia haruslah memilih makanan yang halal dan juga baik ( tayyib). Dalam Al - Qur'an penyebutan makanan disebut sebanyak 48 kali, yaitu dilafalkan dengan *ṭa'ām*. Yang dapat di maknai berupa makanan juga minuman yang bisa di cicipi dan dirasakan. Pada umumnya makanan berbentuk padat sedangkan minuman berbentuk cair. Makanan yang halal yaitu yang di perbolehkan untuk dikonsumsi menurut pandangan dalam Islam, karena pada dasar hakikatnya semua makanan itu halal, pemgecualian bagi yang dilarang, oleh Al - Qur'an maupun hadis. Ukriteria baik (*ṭayyib*) berkaitan dengan kebutuhan fisik Manusia, misalnya kebutuhan akan energi dan juga kesehatan. Makanan yang baik ialah yang menghasilkan cukup energi (kalori) dan mampu menjaga kesehatan juga pertumbuhan serta tidak memicu penyakit, baik jangka pendek ataupun jangka panjang. (Awan Sutrisno and Muhammad Kadri 2025).

Sertifikasi merupakan bentuk tahap mutlak yang mesti dijalani agar bisa memastikan suatu produk sudah sesuai standar mutu yang ditetapkan. Dengan proses perifikasi sertifikasi produk akan di uji serta di perbaiki secara ilmiah melalui metode yang terbaru dengan menggunakan teknologi yang sudah mutakhir. Proses ini untuk memverifikasi jika barang aman untuk di konsumsi, karena telah memenuhi standar kebersihan, juga memenuhi persyaratan kualitas yang ditentukan. Sertifikasi kehalalan sebagaimana yang diterbitkan oleh LPPOM - MUI melibatkan proses-proses pemeriksaan yang memuat prosedur untuk memastikan semua bahan baku, proses dalam produksi, serta juga sistem jaminan halal bagi produk perusahaan sudah sesuai dengan standar yang ditetapkan. Sertifikasi kehalalan produk merupakan hasil resmi pemeriksaan MUI yang terbitkan berupa Fatwa secara tertulis untuk menyatakan bahwa suatu produk bisa untuk dikonsumsi karena telah sesuai dengan prinsip syariat Islam. Inti dari tujuan sertifikasi halal bagi makanan, obat - obatan, serta kosmetik ialah demi menjaga serta melindungi hak bagi konsumen muslim, dengan melalui produk – produk yang sesuai dengan prinsip - prinsip syariat Islam. Sertifikasi halal MUI merupakan persyaratan untuk memperoleh label halal pada kemasan produk.(Abdul Qodir 2024).

Sertifikasi Halal merupakan pengecekan untuk memperoleh sertifikat halal dengan melewati tahapan guna membuktikan jika dalam semua bahan, proses selama produksi juga sistem jaminan halal atau SJH telah sesuai standar dari LPPOM MUI. Setelah pelaksanaan

UUJ Jaminan produk halal No. 33 Tahun 2014, dimana sertifikasi halal ini di definisikan pengakuan kehalalan terhadap produk yang diterbitkan oleh BPJPH berdasarkan dari fatwa tertulis yang di terbitkan oleh MUI. Di negara Indonesia ini, pihak yang berwenang melakukan pengujian ini sebelum adanya pemberlakuan Undang Undang JPH yang kemudian dilakukan secara voluntary ialah Lembaga MUI yang mana berdasarkan teknisnya dilakukan oleh Lembaga Pengkajian Pangan serta obat-obatan dan kosmetik (LPPOM).(Fitri and Jumiono 2021).

Sertifikasi bagi produk halal terdiri dari serangkaian proses yang harus dilewati oleh para pelaku - pelaku usaha, baik itu usaha perseorangan atau bahkan badan usaha dalam bentuk Badan Hukum atau bukan Hadan hukum agar memiliki sertifikasi halal produk. Sertifikat halal ini dapat di miliki setelah lolos dari tahapan pemeriksaan dalam membuktikan seluruh bahan baku, tahap dalam produksi juga sistem jaminan kehalalan produk sudah memenuhi standar yang ditetapkan oleh LPPOM MUI.(Warto and Samsuri 2022).

### **Pengertian *Korean Food***

Makanan merupakan kebutuhan utama bagi seluruh makhluk hidup, terutama manusia. Konsumsi makanan diperlukan manusia guna mempertahankan kelangsungan hidup, mencukupi kebutuhan gizi, serta menjaga kondisi tubuh tetap bugar. Unsur-unsur dalam makanan meliputi seberapa sering seseorang mengkonsumsi makanan, jenis makanan apa yang dikonsumsi, serta jumlahnya. Berdasarkan pendapat dari Dirjen Binkesmas RI Tahun 2007, pola makan dipengaruhi oleh berbagai faktor, antara lain: budaya, keyakinan atau agama, status sosial ekonmi, prefensi pribadi, rasa lapar, selera makanan, dan juga kondisi kesehatan.(Karmilasari et al., 2021).

Popularitas makanan Korea saat ini tegan menjadi perbincangan hangat dan menjadi tren di kalangan penggemar K-Pop maupun drama Korea. Makanan khas Korea lahir dari budaya serta lingkungan masyarakatnya, dengan cita rasa yang khas dan berbeda, bahkan nama-nama makanannya pun mampu menarik perhatian. Salah satu contohnya adalah ramyeon, merupakan mie khas Korea dengan variasi tingkat kepedasan sesuai selera. Selain itu, ada juga hidangan lain seperti tteokbokki, bibimbap, dan berbagai menu khas Korea lainnya yang dikenal memiliki nama unik serta menarik.(Karmilasari et al., 2021).

Sebagian besar makanan Korea berasal dari proses fermentasi, dan banyak di antaranya telah dikenal secara global berkat manfaat kesehatannya. Contoh hidangan yang paling populer adalah kimchi, yaitu sayuran hasil fermentasi dengan tambahan bumbu pedas. Berdasarkan analisis Korea Tour Organization, kimchi merupakan urutan ke lima dari makanan tersehat di

dunia setelah minyak zaitun dan kedelai. Hidangan khas Korea ini pada umumnya dianggap menyehatkan karena mayoritas terbuat dari sayuran serta mengandung berbagai macam zat gizi, seperti mineral, vitamin, protein, serat, kalsium yang bermanfaat untuk tubuh. Selain itu, makanan Korea memberikan manfaat, diantaranya menambah energi, menjaga kesehatan kulit agar lebih halus, serta manfaat lainnya. (Masbudi, 2020).

Di Indonesia sendiri, restoran makanan khas Korea kini semakin menjamur, terutama di wilayah perkotaan besar. Antusiasme masyarakat terhadap makanan Korea pun terbilang tinggi. Banyak masyarakat dari usia remaja sampai dewasa berebut untuk mencoba kuliner dari negeri ginseng tersebut semenjak adanya tren Korean Wave yang tersebar di Indonesia. (Masbudi, 2020).

### **Pengaruh Literasi halal Food**

Mayoritas penduduk Indonesia yaitu beragama Islam, sehingga hal tersebut memengaruhi cara pandang masyarakat dalam memilih makanan, khususnya terkait kehalalan produk. Hal ini menjadikan label kehalalan sangat penting, terlebih dengan banyaknya produk makanan impor yang beredar luas di Indonesia. Oleh karena itu, peningkatan literasi halal masyarakat mengenai makanan yang dikonsumsi menjadi kebutuhan mendesak. Saat ini tingkat pemahaman masyarakat tentang makanan halal masih tergolong rendah, di mana sebagian besar hanya menilai halal dan haram suatu produk dari label yang tertera, sementara masih banyak produk yang beredar tanpa label halal. (Marzuqo et al., 2024).

Literasi halal mencakup wawasan dan pemahaman seseorang terhadap produk yang dikonsumsi. Penilaian halal dan haram tidak hanya suatu produk cukup hanya berdasarkan label, melainkan juga membutuhkan pengetahuan mendalam dari konsumen. Dengan demikian, literasi halal berarti kemampuan untuk membedakan barang maupun jasa yang halal dan haram sesuai dengan ketentuan hukum Islam. (Marzuqo et al., 2024).

Pengaruh literasi Halal Food sangat besar terhadap perilaku konsumen maupun perkembangan industri. Semakin tinggi pemahaman masyarakat tentang halal, semakin selektif pula mereka dalam memilih makanan dan minuman, bukan sekedar dari segi rasa atau harga, melainkan pula dari proses produksi, bahan, sampai dengan sertifikasi halal yang dimiliki. Kesadaran ini mendorong konsumen untuk lebih berhati-hati dalam menghindari produk yang meragukan, sekaligus meningkatkan rasa percaya dan loyalitas terhadap brand yang jelas status halalnya. Dari sisi industri, meningkatnya literasi halal membuat produsen termotivasi menjaga transparansi, mengurus sertifikasi, dan memenuhi standar keamanan pangan, sehingga produk halal bisa lebih kompetitif di pasar lokal maupun global. Selain itu, literasi halal juga

berdampak pada kesehatan karena prinsip halal erat kaitannya dengan thayyib, yaitu baik, aman, dan higienis bagi tubuh. Dengan demikian, pengaruh literasi Halal Food bukan sekedar berdampak pada individu, melainkan juga pada perkembangan sosial, ekonomi, serta daya saing industri halal secara lebih luas.(Aula & Anwar, 2024).

### **Dampak Kesadaran sertifikasi halal**

Adapun Dampak Kesadaran sertifikasi halal antara lain: (1) Meningkatkan keinginan beli konsumen; Kesadaran akan pentingnya sertifikasi halal ini telah memberikan suatu jaminan kepada para konsumen, terutama umat Islam. Dengan adanya sertifikat halal maka produk tersebut sesuai dengan prinsip serta syariat Islam. Hal ini sangat mempengaruhi minat beli konsumen karena sertifikasi halal dianggap sebagai bukti keamanan dan kehalalan produk yang dikonsumsi atau digunakan. Semakin tinggi kesadaran halal seorang konsumen, maka semakin besar kepercayaan dan itikad mereka membeli produk yang telah bersertifikat halal, karena sertifikasi halal membantu menghilangkan keraguan terkait kehalalan produk.(Nizar, Ratnasari, and Usman 2024). (2) Memberikan perlindungan hukum kepada konsumen; Selain dari sebagai suatu jaminan kehalalan produk, sertifikat halal ini juga memiliki fungsi perlindungan hukum bagi konsumen muslim. Ketika lembaga resmi mengeluarkan sertifikat halal, maka konsumen akan terlindungi dari produk yang dapat membahayakan keselamatan dan kesehatan mereka akibat mengonsumsi produk tidak jelas kehalalannya. Adanya perlindungan hukum ini mampu memperkuat situasi para konsumen dalam memilih suatu produk yang telah sesuai dengan nilai agama serta sesuai hukum.(Muhammad Fahmul Iltiham, M.H Muhammad Nizar 2020). (3) Menumbuhkan perilaku positif konsumen; Adanya sebuah kesadaran kehalalan mendukung pada para konsumen untuk berperilaku yang lebih ketika memilih suatu produk, yaitu memilih suatu produk yang memang tidak hanya berkualitas namun sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Hal ini menumbuhkan budaya konsumsi yang baik dan bersih yakni halal dan thayyib di masyarakat, yang pada akhirnya juga mendorong produsen untuk menjaga kehalalan dan kualitas produknya agar memenuhi standar sertifikasi halal.(Siti 2025). (4) Memberikan keunggulan kompetitif bagi produsen, terutama UMKM; Sertifikasi halal berfungsi sebagai keunggulan tambahan bagi produsen, khususnya Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), saat bersaing di pasar. Produk yang memiliki sertifikat halal biasanya lebih diakui oleh konsumen Muslim, sehingga peluang untuk bersaing dan memasuki pasar internasional semakin terbuka lebar. Sertifikasi halal dapat menjadi strategi pemasaran yang efektif, meningkatkan daya saing, memperluas pangsa pasar, dan memperkuat loyalitas pelanggan terhadap merek tertentu.(Gunawan Aan, Mei Diana Tia 2023).

### **Faktor – Faktor Keputusan pembelian Gen Z terhadap *Korean Food***

Adapun Faktor faktor keputusan pembelian gen z terhadap *Korean Food*: (1) Faktor Budaya & *Tren Pop Culture*; Generasi Z sangat terpengaruh dengan adanya Hallyu Wave, atau sebuah gelombang budaya Korea, hadir melalui K-Pop, drama, hingga acara varietas. Melihat idol mereka sering menikmati hidangan Korea seperti ramyeon, tteokbokki, kimchi, atau ayam goreng membuat mereka tertarik untuk mencicipi. Konsumsi makanan Korea tidak hanya mengenai rasa, tetapi juga merupakan bagian dari mengikuti tren global dan membangun identitas yang modern serta kekinian.(K. A. Putri 2020). (2) Faktor Psikologis; Ketika ada keinginan serta rasa ingin tahu yang tinggi untuk mengeksplor hal - hal baru membuat Generasi Z mudah terpesona oleh kuliner yang berbeda dari masakan lokal. Makanan Korea menawarkan pengalaman unik baik dari aspek rasa, tampilan, maupun suasana saat makan. Tak hanya itu, terdapat juga faktor emosional: ketika mereka menikmati makanan Korea, ada kepuasan tersendiri karena dapat merasakan "gaya hidup Korea" yang erat dengan idola mereka. Citra merek restoran atau produk pun mempengaruhi cara pandang: jika dianggap populer, berkualitas, atau "keren", maka akan lebih mudah untuk dipilih.(Naufaldhi 2024). (3) Faktor Produk & Kualitas; Generasi Z menekankan pentingnya cita rasa, keaslian, dan variasi dalam pilihan menu. Mereka lebih suka restoran yang menyajikan rasa Korea yang asli, dengan bahan berkualitas segar, serta inovasi menu yang trendy. Kemasan atau presentasi makanan juga sangat krusial karena Gen Z sering kali memilih makanan yang terlihat bagus untuk di post di media sosial. Oleh karena itu, produk yang lezat dan juga menarik secara visual lebih mudah dipilih.(Abduh 2024). (4) Faktor Teknologi & Aksesibilitas; Generasi Z adalah para generasi yang tumbuh serta lahir di zaman digital, sehingga mereka dekat dengan adanya layanan di dunia maya. Mereka cenderung memesan makanan Korea melalui aplikasi pengantaran makanan seperti GoFood, GrabFood, atau ShopeeFood. Di samping itu, penilaian dan ulasan di internet menjadi hal yang penting: semakin tinggi penilaian dan semakin banyak komentar positif, semakin besar kemungkinan mereka untuk melakukan pembelian. Lokasi juga memainkan peranan penting, restoran atau tempat makan makanan Korea yang terletak di area ramai, dekat dengan kampus, atau mudah dijangkau cenderung lebih menarik bagi mereka.(Maraya 2022).

### **Tantangan Pemahaman *Halal Food* Bagi Generasi Z**

Tantangan utama dalam memahami makanan halal bagi Gen Z adalah: (1) Rendahnya kesadaran dan pemahaman mendalam tentang sertifikasi halal dan label halal; Sejumlah besar individu Gen Z tidak sepenuhnya memahami pentingnya sertifikasi halal. Mereka cenderung

hanya melihat logo halal tanpa mengetahui lembaga penerbit, langkah-langkah sertifikasi, atau standar yang diterapkan. Akibatnya, mereka cenderung mengabaikan detail penting, seperti membedakan logo asli dan palsu. Pemahaman yang dangkal ini juga dapat menimbulkan ketidakpedulian terhadap status halal suatu produk, selama produk tersebut tampak “aman” dan populer di pasaran.(Ningrum 2023). (2) Kebiasaan membeli makanan yang lebih sering di luar rumah atau dari tempat tanpa label halal yang jelas; Gen Z dikenal memiliki gaya hidup praktis dan dinamis. Mereka sering makan di cafe, restoran siap saji, atau memesan makanan melalui aplikasi online. Akan tetapi, tidak semua tempat memberikan keterangan halal yang gamblang. Alhasil, mereka cenderung mengutamakan cita rasa, biaya, atau popularitas dibandingkan dengan memeriksa kehalalan makanan tersebut. Perilaku ini dapat menyebabkan potensi mengonsumsi produk yang tingkat kehalalannya masih dipertanyakan.(Indriyani 2025). (3) Ketidak konsistenan dan keraguan terhadap sertifikasi halal yang ada; Beberapa situasi yang dilaporkan di media mengindikasikan bahwa terdapat produk-produk yang telah diberi label halal namun ternyata kemudian dipertanyakan, contohnya terkait dengan bahan tambahan atau proses produksi. Keadaan ini menimbulkan kebingungan serta keraguan di kalangan Generasi Z. Mereka menjadi ragu apakah sertifikasi halal yang tertera dapat diyakini sepenuhnya. Kegagalan konsistensi ini berpotensi mengurangi tingkat kepatuhan dalam memilih makanan halal, karena sebagian dari mereka akhirnya lebih mempercayai opini publik atau rekomendasi teman ketimbang sertifikasi resmi. (Maulidia 2020). (4) Pengaruh kuatnya media sosial dan kebutuhan akan edukasi dan sosialisasi yang lebih baik tentang prinsip makanan halal; Generasi Z sangat terpengaruh oleh tren di media sosial, termasuk dalam konteks makanan. Banyak konten makanan viral yang kehalalannya masih belum pasti. Para pengaruh atau kreator konten seringkali lebih fokus pada estetika dan cita rasa makanan ketimbang aspek kehalalannya. Sebagai akibatnya, Generasi Z cenderung mengikuti tren tanpa mempertimbangkan aspek kehalalan. Maka sangat penting untuk dapat meningkatkan edukasi serta sosialisasi mengenai prinsip makanan halal, baik melalui lingkungan kampus maupun platform media sosial. Hal ini bertujuan agar pemahaman mengenai makanan halal dapat disampaikan secara relevan dan menarik bagi generasi ini.(Naufaldhi 2024).

## **5. KESIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan penjelasan dari kajian pustaka yang telah kami lakukan, dapat ditarik beberapa kesimpulan terkait Dampak Literasi Halal Food serta kesadaran Sertifikasi Halal terhadap Keputusan Pembelian Korean Food (Studi Kasus Generasi Z) dimana keduanya sangat mempengaruhi terhadap keputusan yang di ambil oleh Gen – Z. Teori literasi halal

menjelaskan kemampuan seseorang dalam membedakan produk yang halal atau haram sesuai pengetahuan serta pemahaman dalam hukum Islam. Adanya pengauditan serta pemeriksaan yang menyeluruh terhadap tahapan dalam memproduksi serta pengolahan, yang dimulai dari pemilihan bahan baku sampai distribusi produk akhir merupakan proses sertifikasi halal pastinya yang dilibatkan. Teori keputusan pembelian merupakan tahapan dalam pengenalan serta evaluasi dari informasi yang telah diperoleh seorang konsumen untuk membeli, memilih, dan menggunakan suatu produk dan jasa yang puas memenuhi kebutuhan atau keinginannya. Halal Food yakni sebuah makanan dan minuman yang mana telah diperbolehkan untuk dikonsumsi menurut syariat hukum Islam, yakni tidak mengandung berbagai bahan haram seperti Babi, alkohol, atau daging hewan yang dalam penyembelihannya tidak sesuai dengan syariat Islam. Dalam Qur'an surah Al-Baqarah ayat 168 dijelaskan bahwa manusia harus bisa dalam memilih makanan yang halal dan *ṭayyib* (baik). Literasi halal adalah pengetahuan serta pemahaman mengenai produk yang akan dikonsumsi oleh konsumen. Pengaruh literasi Halal Food sangat besar terhadap perilaku konsumen maupun perkembangan industri. Semakin tinggi pemahaman masyarakat tentang halal, semakin selektif pula mereka dalam memilih makanan dan minuman, tidak hanya dari segi rasa atau harga, tetapi juga dari proses produksi, bahan, hingga sertifikasi halal yang dimiliki.

Berdasarkan kesimpulan yang kami paparkan, berikut saran yang dapat dipertimbangkan. Untuk mamantik kebijaksanaan Generasi Z selaku konsumen terbesar dari korean food, literasi halal food dan kesadaran pentingnya sertifikasi halal karena keduanya jelas akan menambah pertimbangan bagi Generasi Z dalam memutuskan pembelian korean food. Ada banyak sekali dampak dari kesadaran sertifikasi halal diantaranya meningkatkan keinginan beli konsumen, memberikan perlindungan hukum pada konsumen, menumbuhkan perilaku positif pada konsumen dan memberikan keunggulan kompetitif bagi produsen terutama UMKM. Adapun tantangan dari pemahaman halal food diantaranya, rendahnya kesadaran dan pemahaman mendalam tentang sertifikasi halal dan label halal, kebiasaan membeli makanan dari luar rumah atau dari tempat yang belum jelas sertifikasi halalnya, ketidak konsistenan dan keraguan terhadap sertifikasi halal yang ada dan pengaruh kuatnya media sosial dalam kebutuhan akad edukasi dan sosialisasi yang baik mengenai prinsip makanan di harapkan penelitian ini mampu meminimalisir tantangan yang di hadapi Generasi Z ini. Penelitian lanjutan diperlukan untuk mengkaji lebih dalam dan lebih akurat agar Kesadaran akan konsumen bijak di kalangan Generasi Z mampu lebih akurat dan semakin memberikan arahan secara optimal bagi Pembaca khususnya bagi para Generasi Z yang menyukai makanan – makanan Korea.

**DAFTAR REFERENSI**

- Abduh, M. S. (2024). Model wisata kuliner lokal untuk menarik minat membeli kembali bagi wisatawan generasi-Z melalui locavorism di daerah khusus Jakarta. *i*, 215.
- Abdul Qodir, A. M. (2024). Peran produsen dalam melindungi konsumen melalui sertifikasi halal produk. *4*, 67–75.
- Awan Sutrisno, & Kadri, M. (2025). Pengelolaan makanan halal dalam perspektif Al-Baqarah ayat 168: Relevansi teoritis bagi komunitas Pantai Kupang. *Pietas: Jurnal Studi Agama Dan Lintas Budaya*, 2(2), 97–111. <https://doi.org/10.62282/pj.v2i2.97-111>
- Fitri, Z. E., & Jumiono, A. (2021). Sertifikasi halal produk olahan pangan. *Jurnal Ilmiah Pangan Halal*, 3(2), 1–7. <https://doi.org/10.30997/jiph.v3i2.9676>
- Ginantaka, A., Uzwatania, F., & Susanto, A. (2022). Pendampingan penyusunan manual sistem jaminan halal (SJH) dan sistem traceability untuk mendukung pertumbuhan UMKM di masa pandemi COVID-19 Small. *Qardhul Hasan*, 8, 103–15.
- Gloria Wiryajaya, S., Rosadi, S. S., Sarumaha, Y., Saragih, Z. A., Santoso, E., & Rosmaini, R. (2024). Pergeseran kaidah bahasa Indonesia di kalangan Gen Z dan Milenial akibat dampak teknologi dan budaya pop. *Trending: Jurnal Manajemen Dan Ekonomi*, 3(1), 1–10. <https://doi.org/10.30640/trending.v3i1.3271>
- Gunawan, A., Tia, M. D., & Siti, A. (2023). Analisis pengaruh sertifikat halal terhadap permintaan produk. *1*(1).
- Hidayatullah, M. S. (2020). Sertifikasi dan labelisasi halal pada makanan dalam perspektif hukum Islam (perspektif ayat ahkam). *YUDISIA: Jurnal Pemikiran Hukum Dan Hukum Islam*, 11(2), 251. <https://doi.org/10.21043/yudisia.v11i2.8620>
- Indriyani, T. N. (2025). Pengaruh penggunaan digital payment Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa (Studi pada mahasiswa FEBI di UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto). *Sustainability (Switzerland)*, 11(1), 1–14. <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/28459981/>
- Ma'wa, P. N. J., & Alim, M. N. (2024). Analisis prosedur dan biaya pelaksanaan audit halal di lembaga pemeriksa halal. *BISEI: Jurnal Bisnis Dan Ekonomi Islam*, 9(1), 1–11. <https://doi.org/10.33752/bisei.v9i1.5238>
- Maraya, G. P. (2022). Analisis hubungan penggunaan layanan pesan antar makanan online dengan perubahan pola makan generasi Z di Jakarta saat pandemi COVID-19. *Universitas Binawan*, 18–23.
- Maulidia, R. (2020). Urgensi regulasi dan edukasi produk halal bagi konsumen.
- Muhammad Fahmul Iltiham, M. H., & Nizar, M. (2020). UMKM label halal bawa kebaikan, 17.
- Mulyanto, A. W. H. (2024). Keputusan pembelian konsumen.
- Naufaldhi, M. R. (2024). Strategi kreatif komunikasi dakwah di media sosial untuk generasi Z (Studi kasus Realmasjid 2.0), 4.
- Ningrum, H. M. (2023). Kesadaran halal dan persepsi sertifikasi halal di kalangan pelaku usaha mikro bidang kuliner jajanan (Studi kasus pedagang jajanan di Kecamatan Purwokerto Utara). *Accident Analysis and Prevention*, 183(2), 153–64.
- Nizar, N. M., Ratnasari, R. T., & Usman, I. (2024). Analisis dampak religiusitas, kesadaran halal, sertifikasi halal, dan komposisi pangan terhadap minat beli makanan halal. *Jurnal*

- Agroindustri Halal, 10(3), 355–66. <https://doi.org/10.30997/jah.v10i3.8234>
- Nur, C. A., & Khusnul, F. (2024). Pengaruh label halal dan halal awareness terhadap keputusan pembelian Korean food pada Gen-Z Muslim Jawa Timur. *Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 7(1), 93.
- Putri, E. A. (2021). Kewenangan MUI pasca terbitnya PP No. 31 tahun 2019 tentang peraturan pelaksanaan UU No. 33 tahun 2014 tentang jaminan produk halal. *Krtha Bhayangkara*, 15(2), 333–50. <https://doi.org/10.31599/krtha.v15i2.792>
- Putri, K. A. (2020). Gaya hidup generasi Z sebagai penggemar fanatik Korean Wave, 112.
- Putri, V. P., & Andharini, S. N. (2023). Pendampingan UMKM dalam memenuhi persyaratan sertifikasi halal untuk meningkatkan daya saing. *Studi Kasus Inovasi Ekonomi*, 07(02), 189–96.
- Rahayuningsih, E., & Ghozali, M. L. (2021). Halal product certification in masalah mursalah perspective. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(1), 135–45.
- Siti, F. (2025). Pengaruh sertifikasi halal dan kesadaran halal terhadap keputusan pembelian produk Tok-Poki Korea di Kecamatan Bintang Bayu Kabupaten Serdang Bedagai.
- Subianto, T. (2020). Studi tentang perilaku konsumen beserta implikasinya terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ekonomi MODERNISASI*, 3(3), 165–82.
- Warto, W., & Samsuri, S. (2022). Sertifikasi halal dan implikasinya bagi bisnis produk halal di Indonesia. *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking*, 2(1), 98. <https://doi.org/10.31000/almaal.v2i1.2803>