

ABSTRAK

Jakarta Barat merupakan salah satu wilayah metropolitan di Provinsi DKI Jakarta dengan keberagaman kuliner yang tinggi. Hal tersebut menjadi tantangan tersendiri bagi konsumen Muslim, khususnya Generasi Z, untuk memastikan aspek kehalalan produk yang mereka konsumsi. Sebagai *digital native*, Generasi Z memiliki sering mengutamakan tren, kenyamanan, dan kualitas di atas pertimbangan syariat dalam mengonsumsi makanan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat kesadaran halal Generasi Z terhadap restoran di Mal Taman Anggrek, dengan membandingkan bobot prioritas kesadaran halal, serta merumuskan strategi peningkatan kesadaran halal melalui kolaborasi antar pemangku kepentingan.

Penelitian ini menggunakan kombinasi pendekatan metode kuantitatif dan kualitatif. Metode kuantitatif dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 102 responden Generasi Z Muslim yang pernah berkunjung ke restoran di Mal Taman Anggrek, menggunakan skala Likert untuk mengukur empat dimensi kesadaran halal: syar'i, higienis, aman, dan kualitas. Metode kualitatif dilakukan melalui wawancara mendalam dengan empat *key person* dari unsur pemerintah (BPJPH dan Suku Dinas Kesehatan Jakarta Barat), pelaku usaha (Marugame Udon), dan komunitas (FoSSEI). Analisis statistik dilakukan secara deskriptif dengan bantuan perangkat lunak SPSS untuk mengukur tingkat kesadaran halal, serta ATLAS.ti untuk melakukan *coding* tematik dan *network view* dalam melihat hubungan antar tema. Hasil dari dua pendekatan ini kemudian diintegrasikan melalui analisis triangulasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat kesadaran halal Generasi Z di Mal Taman Anggrek berada pada kategori sangat tinggi, dengan nilai tertinggi pada aspek syar'i dan terendah pada aspek higienis. Aspek syar'i juga menjadi prioritas utama responden dalam memilih restoran. Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun pemahaman halal secara keseluruhan sudah kuat, terutama pada prinsip syariat, tetapi masih diperlukan penguatan persepsi pada aspek kebersihan, keamanan pangan, dan kualitas. Dalam wawancara dengan *stakeholder*, terungkap bahwa literasi halal digital, kolaborasi lintas sektor, serta percepatan sertifikasi halal menjadi strategi utama dalam meningkatkan kesadaran halal secara menyeluruh. Penelitian ini juga menegaskan bahwa kesadaran halal tidak hanya menjadi tanggung jawab individu, tetapi juga merupakan konstruksi sosial yang membutuhkan sinergi antara pemerintah, pelaku usaha, komunitas, dan masyarakat.

Kata kunci: Kesadaran Halal, Generasi Z, Restoran, Halalan Thayyiban