

ANALISIS AWARENESS HALAL SUPPLY CHAIN MANAGEMENT PADA PRODUK UMKM MAKANAN DI CIKARANG

Suharja¹, dan Wiji Safitri²

Prodi Manajemen, Universitas Pelita Bangsa

E-mail : suharja.shrja@gmail.com¹, dan wiji.safitri09@gmail.com²

ABSTRAK

Kesadaran konsumen terhadap produk makanan akan memiliki daya tarik yang begitu tinggi disaat suatu produk tersebut selalu diberikan suatu hal membuat konsumen tersebut menjadi lebih sadar tentang produk makanan halal.

Penelitian ini untuk memberikan kesadaran yang lebih baik lagi kepada konsumen produk umkm di Cikarang yang bertujuan untuk mengetahui dan menguji pengaruh Religious Belief, Health Reasons, Role of Halal Certification dan Exposure terhadap Awareness Halal Supply Chain Management. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah sampel jenuh. Sampel dalam penelitian ini adalah 100 konsumen produk UMKM di Cikarang. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif kuantitatif. Analisis data dilakukan dengan menggunakan statistik dengan alat bantu SPSS versi 22 yang digunakan untuk uji validitas dan reliabilitas instrumen, analisis deskriptif, pengujian hipotesis. Temuan ini membuktikan bahwa tidak semua hubungan yang dihipotesiskan sebagian terbukti terselubung. Hasil penelitian membuktikan bahwa terdapat dua pengaruh variabel positif yaitu Role of Halal Certification dan Exposure terhadap Awareness Halal Supply Chain Management produk UMKM di Cikarang.

Kata kunci : Religious Belief, Health Reasons, Role of Halal Certification, Exposure dan Awareness Halal Supply Chain Management

PENDAHULUAN

Ketika berbicara mengenai industri halal, banyak orang hanya menganggapnya sebagai upaya menghadirkan makanan halal saja. Padahal industri halal bukan hanya soal makanan, tetapi juga pariwisata, pendidikan, kosmetik, keuangan, kesehatan, hingga budaya. MEDIAINI.COM

Halal sekarang dalam domain bisnis modern & pertukaran dan muncul sebagai paradigma baru untuk memastikan kualitas dan

mempengaruhi cara hidup dengan mengubah orang. ' Sikap, selera dan nilai (Khan et al., 2018)

Dalam jurnal (Komoditas et al., 2017) Qardhawi, (2016) menjelaskan bahwa secara istilah, halal adalah sesuatu yang dibolehkan dan diizinkan oleh syari'at untuk dilakukan. Dalam hal konsumsi makanan, halal merupakan faktor yang mengatur makanan yang boleh dikonsumsi oleh masyarakat yang beragama Islam.

Halal Supply Chain Management berfokus

padajaminan produk ' Integritas halal langsung dari Farm hingga Fork.Selain itu, istilah integritas halal mencakup integritas bahan, prosesproduksi, informasi dan modal yang terkait dengan produk.Pendekatan Supply Chain merupakan prasyarat dalam menjagaintegritas produk dan layanan Halal daripada berfokus pada perusahaan individu (Khan et al.,2018)

Saat ini produk halal didistribusikan secara luas ke seluruh dunia. Ini telah menyebabkan peningkatan permintaan produk halal tidak hanya oleh negara-negara Islam tetapi juga oleh negara-negara non-Islam. Oleh karena itu, karena halal berlaku tidak hanya untuk orang-orang Muslim tetapi juga untuk orang lain, ini menyebabkan produk menjadi terkenal secara global serta menekankan perlunya rantai pasokan halal. Mengingat hal itu, rantai pasokan halal sangat penting dalam memastikan bahwa konsep halal tidak hanya berlaku untuk makanan itu sendiri tetapi juga untuk seluruh rantai pasokan mulai dari pertanian ke pelanggan. Lebih lanjut, konsep 'halalan toyyiban' yang berarti sehat juga mencakup keamanan, kualitas dan kebersihan makanan, dan proses logistiknya menjadi lebih menarik dan menggiurkan. Kata 'halal' secara harfiah berarti diizinkan (Rahman,dkk.,2019).

TINJAUAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS

Pada produk makanan UMKM di Cikarang masih begitu sedikit yang sudah mengantongi sertifikasi halal, oleh karena itu kurangnya kesadaran pengetahuan konsumen tentang Awareness Halal Supply Chain Management pada produk makanan UMKM di Cikarang yang belum bersertifikasi halal. Oleh karena itu perlu adanya integritas peran pemerintah

dan kesadaran konsumen

REFERENSI

(Suryowati, 2020) Kesadaran dalam konteks halal berarti memahami tentang apa yang baik atau boleh dikonsumsi sesuai dengan aturan dalam agama Islam yang ada pada Al-Qur'an dan Hadits. Kesadaran halal merupakan pengetahuan muslim tentang konsep halal, proses halal, dan mengkonsumsi pangan halal. Kesadaran produk halal dalam Islam adalah dimana seseorang yang beragama menyadari bahwa agamanya mengharuskan penganutnya untuk mengkonsumsi produk-produk halal.

Religious Belife adalah apresiasi agama seseorang terhadap simbol, kepercayaan, nilai dan perilaku yang digerakkan oleh spiritual kekuatan. Religiusitas dapat digambarkan sebagai konsistensi antara keyakinan pada agama sebagai elemen kognitif, perasaan religius sebagai elemen afektif dan perilaku terhadap agama sebagai elemen psikomotorik (Puspita et al., 2020)

(Rimayanti & Noor, 2019) Mendefinisikan bukan hanya motif keagamaan yang dapat menentukan kesadaran orang terhadap makanan atau produk halal untuk konsumsi, tetapi juga *Health Reasons* yang berkaitan dengan identitas agama dan tingkat akulturasi terhadap apa yang dikonsumsi setiap hari. Misalnya, penting untuk memastikan bahwa daging yang dikonsumsi berasal dari hewan yang sehat sehingga manusia yang memakannya pun akan menjadi sehat pula, bahwa banyak penyakit modern disebabkan oleh gizi buruk dan bahan tidak sehat yang dikonsumsi konsumen setiap hari. Ini erat kaitannya dengan argumen mengenai perintah untuk konsumsi halal karena tujuan utama Allah SWT. adalah untuk memastikan kesehatan hidup umatnya. Konsep halal memastikan komitmen penuh saat memproduksi, serta saat menyajikan produk yang bersih, dan aman untuk

konsumen.

Menurut (Syafiq Alfikri, Lukman M. Baga, 2019) kehalalan merupakan kunci dari pilihan konsumsi produk bagi seorang muslim. Namun, tidak semua muslim mengetahui kriteria-kriteria yang dibutuhkan dalam rangka memenuhi asumsi halal. Kriteria-kriteria ini juga sangat luas dan menyeluruh mulai dari pengadaan produk di hulu hingga proses-proses yang terjadi sampai ke hilir subsistem agribisnis. Oleh karena itu, diperlukan suatu kodetifikasi yang mudah dikenali dan diketahui secara umum terkait status kehalalan dari suatu produk. Kodetifikasi ini tertuang dalam label halal. Adanya label halal merupakan jaminan kehalalan produk yang mencakup banyak aspek tadi. Sehingga, produk yang telah memiliki label, dapat dianggap sebagai produk yang sudah sepenuhnya memenuhi seluruh kriteria halal. Saat ini, lembaga yang berperan dalam mengeluarkan sertifikasi halal yaitu Majelis Ulama Indonesia (MUI). Selanjutnya, kewenangan ini akan diemban oleh BPJPH sesuai UU JPH nomor 33 tahun 2014.

Paparan informasi mengenai label pangan dapat melalui edukasi di sekolah, media iklan, poster, maupun media informasi lainnya. Menurut Safitri

& Rahayu (2018) paparan informasi melalui edukasi dengan metode ceramah dan diskusi memberikan pengaruh terhadap peningkatan pengetahuan pada remaja

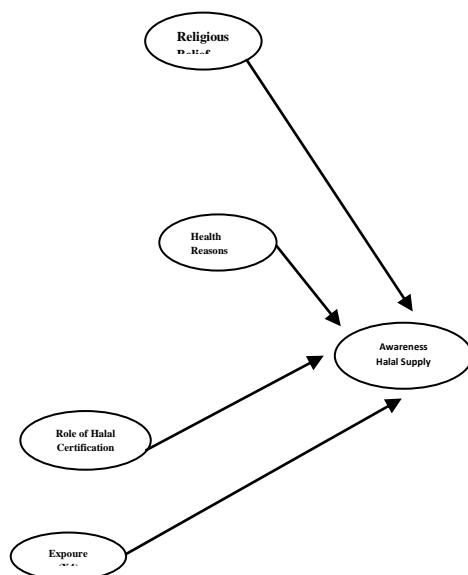
HIPOTESIS PENELITIAN

Hipotesis 1 : Diduga terdapat pengaruh yang signifikan antara *Religious Belief* terhadap *awareness halal supply chain management* pada konsumen produk makanan UMKM di Cikarang

Hipotesis 2 : Diduga terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *Health Reason* terhadap *awareness halal supply chain management* pada konsumen produk makanan UMKM di Cikarang

Hipotesis 3 : Diduga terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *Role of Halal Certification* terhadap *awareness halal supply chain management* pada konsumen produk makanan UMKM di Cikarang

Hipotesis 4 : Diduga terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *Exposure* terhadap *awareness halal supply chain management* pada konsumen produk makanan UMKM di Cikarang



Gambar 1. Model Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kesadaran konsumen terhadap pembelian produk makanan UMKM. Aspek perilaku konsumen yang diteliti adalah Keyakinan Agama (Religious Belief, alasan kesehatan (Health Reasons), Role of Halal Certification), dan (Exposure) terhadap Awareness Halal Supply Chain Management Metode pada penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda untuk mengeksplor TAM dan IDT pada penelitian ini. Populasi

Item Pertanyaan	R hitung	R tabel	Keterangan
X1.1	307	0.195	VALID
X1.2	679	0.195	VALID
X1.3	832	0.195	VALID
X1.4	634	0.195	VALID
X1.5	632	0.195	VALID

pada penelitian ini adalah konsumen yang membeli produk UMKM di Cikarang sedangkan sampel penelitian adalah konsumen yang mengisi kuesioner dan sesuai kriteria inklusi yaitu pernah membeli produk UMKM dan beragama Islam. Jumlah sampel pada penelitian ini adalah 100 responden. Kuesioner penelitian terdiri dari kuesioner yang disebar

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Tabel 3. Ringkasan Uji Hipotesis

Kode	Uraian Hipotesis	Sig	Kesimpulan
H1	Religious Belief secara persial tidak berpengaruh terhadap Awarenesss Halal Supply Chain Management	0.466	Ditolak
H2	Health Reasons secara persial tidak berpengaruh terhadap Awarenesss Halal Supply	0.987	Ditolak

dalam bentuk fisik dan kuesioner online yang disebar di social media dalam bentuk google doc form.dalam bentuk google doc form.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dan pembahasan berisi hasil analisis fenomena di wilayah penelitian yang relevan dengan tema kajian. Hasil penelitian hendaknya dibandingkan dengan teori dan temuan penelitian yang relevan)

Tabel 1. Hasil Uji Reliabilitas

	N item	Nilai Cronbach Alpha
Religious Belief	0.643	5
Health Reasons	0.750	6
Role of Halal Certification	0.416	4
Exposure	0.816	4

	Chain Management		
H3	Role of Halal Certification secara persial berpengaruh terhadap Awarenesss Halal Supply Chain Management	0.004	Diterima
H4	Exposure secara persial berpengaruh terhadap Awarenesss Halal Supply Chain Management	0.000	Diterima

PEMBAHASAN

1. Pengaruh Variabel Religious Belief terhadap awareness halal supply chain

management pada konsumen produk makanan UMKM di Cikarang

Hasil pengujian secara uji hipotesis dapat diketahui bahwa variabel religious belief tidak berpengaruh signifikan terhadap awareness halal supply chain management, hal ini dikarenakan tingginya signifikan (Sig) religious belief maka tidak akan menambah kesadaran konsumen terhadap Halal Supply Chain Management Pada Produk UMKM Makanan Di Cikarang

2. Pengaruh Variabel Role of Halal Certification awarenesshalal supply chain management pada konsumen produk makanan UMKM di Cikarang

Hasil pengujian secara uji hipotesis dapat diketahui bahwa variabel health reasons tidak berpengaruh signifikan terhadap awareness halal supply chain management, hal ini dikarenakan tingginya signifikan (Sig) health reasons tidak akan menambah kesadaran konsumen management Pada Produk UMKM Makanan Di Cikarang.

3. Pengaruh Variabel Health Reason terhadap terhadap awareness halal supply chain management pada konsumen produk makanan UMKM di Cikarang

Hasil pengujian secara uji hipotesis dapat diketahui bahwa variabel role of halal certification berpengaruh signifikan terhadap awareness halal supply chain management, hal ini dikarenakan tingginya role of halal certification maka akan menambah kesadaran konsumen terhadap Halal Supply Chain Management Pada Produk UMKM Makanan Di Cikarang.

4. Pengaruh Variabel Exposure terhadap awareness halal supply chain management pada konsumen produk makanan UMKM di Cikarang

Hasil pengujian secara uji hipotesis dapat diketahui bahwa variabel exposure berpengaruh signifikan terhadap awareness halal supply chain management, hal ini dikarenakan tingginya exposure maka akan menambah kesadaran konsumen terhadap Halal Supply Chain Management Pada Produk UMKM Makanan Di Cikarang.

KESIMPULAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai pengaruh religious belief, health reasons, role of halal certification dan exposure terhadap awareness halal supply chain management, maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut :

Dari hasil penelitian juga diketahui nilai koefisien determinasi sebesar 41,9%. Hal ini berarti 41,9% konsumen produk UMKM di Cikarang dipengaruhi oleh role of halal certification dan exposure. Sedangkan sisanya yaitu 58,1% konsumen produk makanan UMKM di Cikarang dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut :

1. Kepada konsumen produk UMKM di Cikarang untuk meningkatkan kesadaran terhadap produk halal, hendaknya kepada konsumen untuk memperhatikan kembali faktor-faktor yang mempengaruhi religius

belief, health reasons, role of halal certification dan exposure di peroleh besarnya pengaruh yaitu 44,3% antara keempatnya terdapat kesadaran sehingga menjadi bahan evaluasi guna meningkatkan kesadaran konsumen yang lebih baik lagi.

2. Untuk peneliti selanjutnya bahwa Awareness Halal Supply Chain Management Produk Makanan UMKM di Cikarang dapat juga memberikan kesadaran konsumen bukan hanya dengan memperhatikan faktor religious belief, health reasons, role of halal certification dan exposure. Karena pengaruh yang terdapat di konsumen produk UMKM di Cikarang hanya 41,9% masih banyak faktor-faktor lain yang perlu di perhatikan untuk dapat meningkatkan kesadaran konsumen yang lebih baik lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Beli, M., Halal, P., & Indonesia, D. I. (2020). *Dani Kusumastuti*. 2, 27–50.
- Bulan, T. P. L., Fazrin, K., & Rizal, M. (2018). Pengaruh Label Halal dan Bonus dalam Kemasan terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Kinder Joy pada Masyarakat Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 6(2), 729–739.
<https://doi.org/10.33059/jmk.v6i2.679>
- Izzudin, A. (2018). Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal Dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Makanan Kuliner. *Penelitian Ipteks*, 3(2), 100–114.
http://jurnal.unmuhjember.ac.id/index.php/PENELITIAN_IPTEKS/article/view/1886/1547
- Kalimah, S. (2020). *Amalia Nuril Hidayati Siti Kalimah JURNAL AL-QARDH*. 5(1), 38–55.
- Khan, M. I., Haleem, A., & Khan, S. (2018). Defining Halal Supply Chain Management. *Supply Chain Forum*, 19(2), 122–131.
<https://doi.org/10.1080/16258312.2018.1476776>
- Komoditas, P., Ayam, D., & Kabupaten, D. I. (2017). 1), 2). 14(November), 38–53.
- Ningsih, S., & Dukalang, H. H. (2019). Penerapan Metode Suksesif Interval pada Analisis Regresi Linier Berganda. *Jambura Journal of Mathematics*, 1(1), 43–53.
<https://doi.org/10.34312/jjom.v1i1.1742>
- Novitamanda, A. D., Prayitno, N., Pangan, L., & Pangan, M. L. (2020). *KETERPAPARAN INFORMASI BERHUBUNGAN DENGAN KEBIASAAN MEMBACA LABEL PANGAN PRODUK KEMASAN*. 5(2), 92–99.
<https://doi.org/10.22236/argipa.v5i2.3968>
- Pramintasari, T., & Fatmawati, I. (2017). Pengaruh Keyakinan Religius, Peran Sertifikasi Halal, Paparan Informasi, Dan Alasan Kesehatan Terhadap Kesadaran Masyarakat Pada Produk Makanan Halal. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 8(1), 1–33.
- Puspita, W. A., Sunaryo, & Wijayanti, R. (2020). The Effects between Religious Belief, Halal Logo, and Halal Product Knowledge on Purchase Intention Mediated by Halal Awareness (Study on Consumers Of Beverage Franchise Products In Malang). *South East Asia Journal of Contemporary Business, Economics and Law*, 21(5), 306–319.
- Putri, M. J., & Rimadiaz, S. (2020). Analisis Aspek Penentu Niat Konsumen Dalam Membeli Produk Halal Di Indonesia (Telaah Pada Mie Ramen Jepang Halal). *Proseding Seminar ...*, 1–12.
<http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/SNU/article/view/2614>
- Rimayanti, & Noor, F. (2019). Halal Awareness: Peran Ijtihad Sebagai Upaya Meningkatkan Kesadaran Akan Produk Hala Bagi Muslim Milenial. *Proceeding Antasari International Conference*, 1(1), 277–307.

Suryowati, S. E. B. (2020). Label Halal, Kesadaran Halal, Religiusitas Dan Minat Beli Produk Kosmetik Halal. *Kompleksitas: Jurnal Ilmiah ...*, IX(36). <http://ejurnal.swadharma.ac.id/index.php/kompleksitas/article/view/17>

Syafiq Alfikri, Lukman M. Baga, and S. (2019). Di Kota Dan Kabupaten Bogor Consumer Awareness and Willingness To Pay for Halal. *Journal of Halal Product and Research*, 2(2), 51–59.