

ABSTRAK

Dengan berkembangnya revolusi industri 4.0 mengakibatkan munculnya peluang industri yang besar karena variasi permintaan produksi dan pola hidup masyarakat yang berubah. Indonesia juga melakukan pembangunan industri dalam berbagai sektor bidang, salah satunya pada industri halal. Halal telah menjadi hal utama yang banyak dibicarakan di dunia bisnis, terutama industri kuliner. Konsumsi halal merupakan kebutuhan wajib bagi umat Muslim, bahkan juga sebagai pilihan utama bagi kalangan non-Muslim. Oleh karena itu, penelitian ini membahas tingkat kesadaran konsumen khususnya non-Muslim Kota Malang tentang makanan halal yang mereka konsumsi sehari-hari yang dipengaruhi oleh beberapa faktor.

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur dan menganalisis tingkat kesadaran konsumen non-Muslim Kota Malang terhadap produk halal. Penelitian ini juga mengukur *religious belief*, *health reason*, *logo certification*, *exposure*, dan *Halal Supply Chain Awareness*. Temuan tersebut dapat dijadikan acuan bagi pemerintah dan pembuat kebijakan halal. Dan dapat dijadikan acuan bagi para pengusaha untuk berinovasi membuat produk-produk halal di Indonesia.

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan skala *likert* sebagai pengukuran. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah *Structural Equation Modeling* (SEM) dan diolah menggunakan *smartPLS*. Penelitian dilakukan dengan menggunakan kuesioner. Kuesioner dibagikan kepada 100 responden non-Muslim yang bertempat tinggal di Kota Malang baik pria maupun wanita berusia 15 hingga 60 tahun.

Berdasarkan hasil kesimpulan penelitian, keempat variabel mempunyai pengaruh dan hubungan yang signifikan terhadap *halal supply chain awareness*. Maka masyarakat non-Muslim Kota Malang sadar akan pentingnya produk halal. Adapun saran yang diberikan adalah para distributor harus lebih memperhatikan setiap produk yang dipasarkan. Dengan memperkuat keyakinan religius, memastikan produk yang dihasilkan aman, memberikan kepastian halal bahwa sertifikat halal di Indonesia hanya dikeluarkan oleh MUI sebagai pemangku kepentingan dan juga memberikan edukasi serta informasi terkait dengan produk halal.

Kata Kunci: *Halal Supply Chain Awareness*, *religious belief*, *health reason*, *logo certification*, *exposure*