

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Objek Penelitian

Indonesia merupakan negara kepulauan di Asia Tenggara yang dilintasi oleh garis khatulistiwa dan berada di antara Samudera Hindia dan Samudera Pasifik serta diantara Benua Asia dan Benua Australia, secara astronomis Indonesia terletak di 6° LU (Lintang Utara) – 11° LS (Lintang Selatan) dan 95° BT (Bujur Timur) – 141° BT (Bujur Timur). BPS melansir bahwa Indonesia memiliki luas daratan dan lautan mencapai 1.916.906,77 kilometer persegi yang menjadikannya negara terluas ke-14 di dunia. BPS menyatakan bahwa pada tahun 2022 Indonesia memiliki populasi yang besar, yaitu sebanyak 275 773,8 juta jiwa dan bertambah menjadi 278 696,2 juta jiwa pada 2023. Populasi ini terdiri dari berbagai suku, agama, dan budaya yang berbeda. Hal ini menjadikan Indonesia sebagai negara yang multikultural.

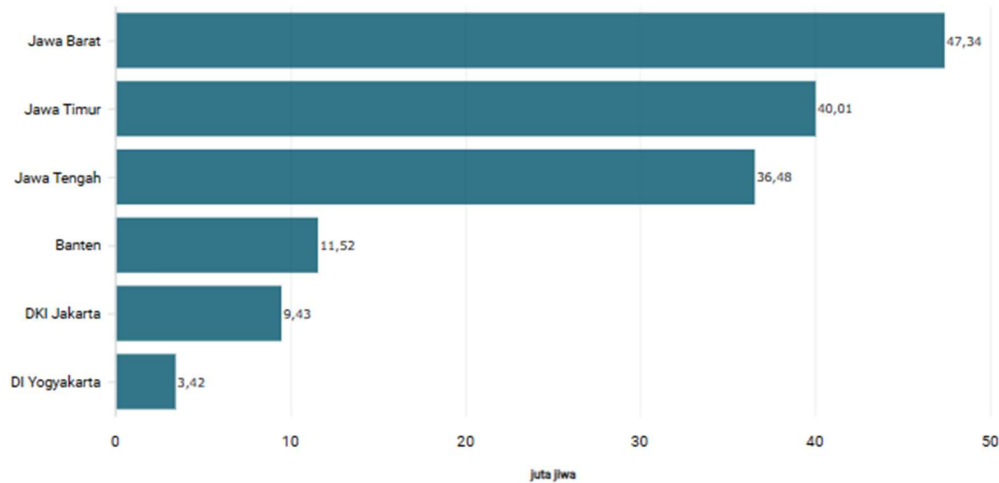


Gambar 1. 1 Jumlah Pulau di Indonesia

Sumber: Jumlah Pulau di Indonesia Capai 17.000! (Indonesia.Go.Id).

Laman resmi Republik Indonesia melansir bahwa negara Indonesia pada tahun 2017 terdiri dari 16.056 pulau, tahun 2019 bertambah menjadi 16.671 pulau, tahun 2020 bertambah menjadi 16.772 pulau, pada tahun 2021

terdiri dari 17.000 pulau dan hanya sekitar 7000 pulau yang berpenghuni dan salah satunya adalah Pulau Jawa. Pulau Jawa adalah pulau terbesar yang ada di Indonesia yang terdiri dari 6 Provinsi diantaranya adalah Provinsi Jawa Timur, Jawa Tengah, Jawa, Jawa Barat, DI Yogyakarta, DKI Jakarta, dan Banten.



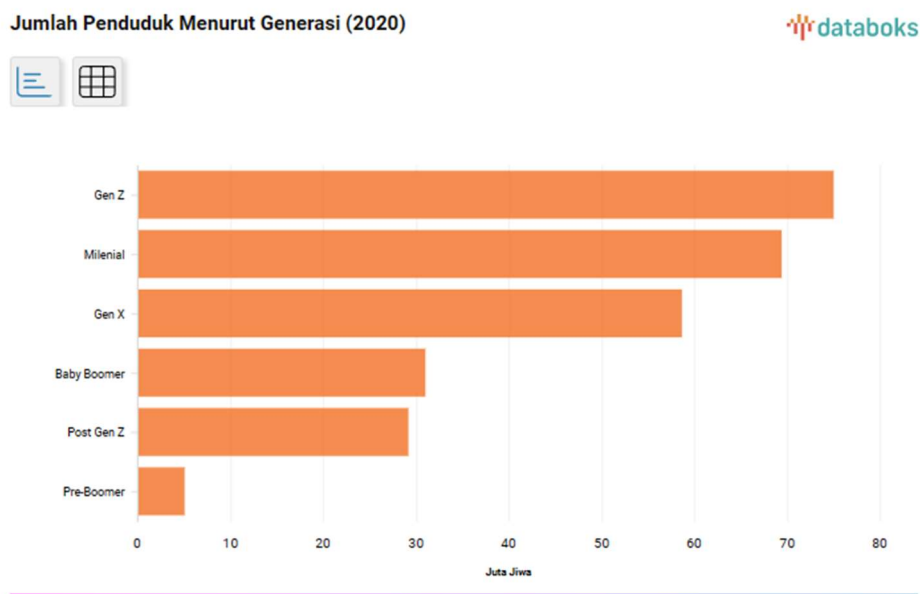
Gambar 1. 2 Jumlah Penduduk Pada Tahun 2020

Sumber: Jumlah Penduduk Indonesia 271,4 Juta Jiwa pada 2020, Mayoritas di Jawa (Databoks,2021).

Dari Gambar 1.2, Direktorat Jenderal Kependudukan dan Pencatatan Sipil (Dukcapil) Kementerian dalam Negeri (Kemendagri) telah mencatat bahwa jumlah penduduk di Pulau Jawa pada 6 provinsi mencapai 154,34 juta jiwa pada bulan juni 2022, dari jumlah tersebut sebanyak 148,19 juta jiwa atau sebesar 96,02% penduduk memeluk agama Islam yang artinya mayoritas penduduk di Pulau Jawa beragama Islam atau seorang muslim. Persebaran penduduk muslim di Pulau Jawa terbagi sebanyak 47,34 juta jiwa berasal dari provinsi Jawa Barat dan merupakan provinsi dengan jumlah muslim terbanyak di Pulau Jawa, dilanjut dengan Jawa Timur dengan jumlah muslim sebanyak 40,01 juta jiwa, Jawa Tengah sebanyak 36,48 juta jiwa, Banten sebanyak 11,52 juta jiwa, DKI Jakarta sebanyak 9,43 juta jiwa, dan DIY sebanyak 3,41 juta jiwa.

1.2 Latar Belakang Masalah

Gen Z merupakan salah satu generasi yang ada di antara kelompok generasi lainnya. Merujuk pada Bencsik, Csikos & Juhaz (2016) dalam Dewi Rachmawati (2019), Generasi Z adalah generasi yang lahir antara tahun 1995 sampai dengan tahun 2010. Tahun 2023 generasi ini berusia pada rentang umur 28-13 tahun dan sebelum adanya Generasi Z terdapat Generasi Veteran yang lahir antara tahun 1925 – 1946, *Baby Boom generation* yang lahir pada rentang tahun 1946 – 1960, Generasi X yang lahir antara tahun 1960 – 1980, Generasi Y atau Generasi Milenial yang lahir antara tahun 1980 – 1995, dan terakhir adalah Generasi Alfa yang lahir dari tahun 2010 hingga saat ini.



Gambar 1.3 Jumlah Penduduk Menurut Generasi

Sumber: Sensus Penduduk 2020: Penduduk Indonesia Didominasi Gen Z dan Milenial (Databoks, 2021).

Berdasarkan Gambar 1.3, sensus penduduk Indonesia 2020 dilansir oleh databoks mencatat bahwa mayoritas penduduk Indonesia yang berasal dari generasi Z yaitu sebesar 27,94% dari total 270,2 juta populasi dibandingkan dengan generasi lainnya, generasi milenial sebanyak 25,87% dan generasi paling sedikit merupakan generasi *Pre-Boomer* sebanyak 1,87% dari jumlah

populasi. Hal ini dapat disimpulkan bahwa sebagian besar penduduk Indonesia telah didominasi oleh generasi Z.

Badan Pusat Statistik melansir dari sensus penduduk 2020 Laki – laki menurut wilayah, klasifikasi generasi 2020 menyatakan bahwa populasi Gen Z terbanyak berada pada Pulau Jawa, persebaran Gen Z terbesar berada di Jawa Barat dengan total sebanyak 6.672.298 penduduk, kedua berada pada Jawa Timur dengan jumlah Gen Z sebanyak 4.947.764 penduduk, dan terbesar ketiga berada pada Jawa Tengah dengan jumlah Gen Z sebanyak 4.643.081 penduduk, posisi kelima di isi oleh Banten dengan jumlah Gen Z sebanyak 1.679.741 penduduk, dilanjut dengan DKI Jakarta dengan Gen Z sebanyak 1.370.845 penduduk, dan terakhir DI Yogyakarta dengan jumlah Gen Z paling sedikit diantara provinsi lainnya yakni sebanyak 427.134 penduduk.

Zaman sekarang banyak sekali masyarakat yang lebih memperhatikan tanggal kadaluarsa dibandingkan dengan label halal dalam menggunakan produk. BPS menyatakan bahwa masyarakat Pulau Jawa pada tahun 2018 yang cenderung memilih produk halal hanya 47,9% dari total penduduk Pulau Jawa. Dilansir oleh katadata bahwa Gen Z memiliki karakter salah satunya adalah tidak dapat terlepas dari ponsel pintar dan internet oleh karena itu Gen Z Muslim yang ada di Pulau Jawa patut memahami mengenai halal suatu produk tidak hanya label halal saja, pengertian halal disini bukan semata – mata dari bendanya saja tetapi halal dari cara memperolehnya bukan dengan usaha yang haram. Sedangkan pengertian baik yaitu ditinjau dari manfaatnya yang mengandung gizi baik untuk kesehatan dan tidak berdampak buruk juga bagi kesehatan. Di samping itu maksud dari ayat tersebut tidak hanya terbatas pada makanan saja, tetapi untuk semua produk-produk lainnya seperti minuman, kosmetika, obat-obatan dan barang – barang lainnya yang diharuskan halal (Ni'mah, 2022).

Bagi seluruh pemeluk agama Islam tentu memiliki kewajiban yang perlu dilakukan sebagai bukti ketaatan mereka dalam beragama, salah satunya adalah memenuhi kebutuhan dengan mengkonsumsi sesuatu yang halal. Menurut Rahayu, T. (2021), kebutuhan manusia merupakan suatu keadaan

akan sebagian dari pemuasan dasar yang dirasakan atau disadari. Kebutuhan manusia itu sendiri terbagi menjadi tiga yaitu kebutuhan primer, sekunder dan tersier. Kebutuhan primer merupakan kebutuhan utama yang harus dipenuhi agar dapat mempertahankan hidupnya contohnya adalah makanan, pakaian, dan tempat tinggal. kebutuhan sekunder merupakan kebutuhan yang dipenuhi setelah kebutuhan primer seperti televisi, kulkas, dan mesin cuci dan kebutuhan tersier adalah kebutuhan yang harus dipenuhi ketika kebutuhan primer dan sekunder terpenuhi seperti mobil, wisata. (Nur Indah, 2020).

Parfum adalah campuran minyak wangi, alkohol, dan beberapa bahan lainnya yang digunakan untuk memberikan aroma pada tubuh atau ruangan. Terdapat banyak jenis parfum yang tersedia di pasaran, mulai dari yang terbuat dari bahan alami hingga yang terbuat dari bahan sintetis, dan masing-masing memiliki karakteristik yang berbeda`termasuk parfum halal. Parfum sendiri memiliki beberapa kelompok dan macam aroma yang berbeda beda diantaranya adalah kelompok aromatic yang merupakan kelompok wewangian yang mengandung bau tanaman seperti jintan, lavender, sage, rosemary, dan tanaman lainnya dengan bau rumput pedas yang kuat, biasanya dikombinasikan dengan bau citrus pedas, dan biasanya parfum dengan kelompok aromatic ini biasa disukai dan digunakan oleh pria. Parfum dengan tipe aromatic ini memiliki berbagai aroma seperti *aquatic, fougere, fruity, green, spicy, dan chypre*. Kelompok *chypre* memiliki 2 jenis yaitu *chypre floral dan chypre fruit*. Kelompok citrus merupakan wewangian yang didasarkan pada lemon, jeruk, bergamot, grapefruit atau jeruk mandarin dan biasa digunakan oleh pria maupun wanita. Parfum kelompok citrus ini memiliki berbagai aroma diantaranya *citrus, citrus aromatic, dan citrus gourmand*. Kelompok floral merupakan kelompok yang memiliki aroma dengan elemen utama yaitu bunga atau campuran bunga yang berbeda, kelompok floral ini memiliki berbagai aroma diantaranya adalah *floral, floral aldehyde, floral aquatic, floral fruity, floral fruity gourmand, floral green, floral woody musk, dan leather*. Kelompok oriental didominasi oleh amber yang menekankan pada kehangatan dan sensualitas yang dipadukan dengan aroma intensif dan tajam seperti musk,

vanilla, damar eksotis serta kayu yang sering disertai dengan bunga – bunga dan rempah, kelompok oriental ini terbagi menjadi beberapa aroma diantaranya adalah *oriental*, *oriental foral*, *oriental fougere*, *oriental spicy*, *oriental vanilla*, dan *oriental woody*. Kelompok woody merupakan kelompok wewangian yang berasal dari campuran aroma kayu – kayuan seperti kayu cendana, kayu jati eksotis, kayu cedar, kayu ara, pinus, nilam, akar eangi, rosewood dan kayu manis yang menghasilkan aroma maskulin sehingga banyak disukai oleh pria dewasa, kelompok woody ini terdiri dari *woody*, *woody aquatic*, *woody chypre*, *woody floral musk*, dan *woody spicy*.

Merek parfum yang beredar beberapa memiliki kandungan alkohol, dan terkadang digunakan untuk beribadah seperti sholat. Sebagaimana semestinya, alkohol termasuk kandungan yang haram dalam ajaran Islam. Jenis alkohol yang digunakan sebagai campuran parfum biasanya adalah jenis etanol. Bahan etanol ini bisa dihasilkan melalui fermentasi khamr atau fermentasi bahan alami seperti bunga dan buah. Perbedaan antara parfum halal dan parfum tidak halal terletak pada kandungan alkoholnya. Parfum halal tidak mengandung alkohol, sedangkan parfum haram mengandung alkohol, selain itu juga parfum yang berasal dari bahan-bahan alami, seperti bunga, buah-buahan, dan rempah rempah dan juga memiliki sertifikasi halal seperti MUI atau LPPOM MUI ini dapat dikatakan halal, sedangkan parfum tidak halal merupakan parfum yang berasal dari bahan-bahan sintesis sehingga tidak dapat digunakan untuk beribadah. Berikut ini adalah contoh dari parfum yang memiliki sertifikasi halal diantaranya adalah *Brasov Body Mist*, *Enchateur*, *Emina*, *Ella*, *Duo Eleven*, *Cussons Imperial Leather Body Mist*, *Claresta Body Mist*, *Casablanca Femme*, *Camellia Body Mist*, *Asfa Hijab*, dan *Wardah*.

Seiring dengan perkembangan zaman maka semakin berkembang pula teknologi dan ilmu pengetahuan di bidang produk kosmetik, dengan begitu maka semakin banyak pula produk kosmetik khususnya parfum yang menarik di benak konsumen. Namun dengan banyaknya produk parfum yang beredar masih banyak sekali produk parfum yang belum memiliki label halal sehingga membuat konsumen khususnya Gen Z yang ada di Pulau Jawa semakin rumit

untuk menentukan mana parfum yang halal dan mana yang haram. Oleh karena itu produk parfum yang beredar membutuhkan penetapan mengenai kehalalannya, baik dari bahan baku, pengolahan, penyimpanan, pengemasan, pendistribusian, penjualan, dan penyajian produknya. Dengan begitu maka produsen maupun konsumen membutuhkan pengetahuan yang memadai tentang pedoman dan standar hukum Islam tentang kehalalan dan keharaman suatu produk (Ni'mah, 2022).

Sertifikasi halal bagi umat muslim tentu sangat diperlukan untuk menjamin kehalalan suatu produk yang mereka gunakan, dengan adanya sertifikasi halal membuat masyarakat Indonesia merasa aman dan tenang dengan apa yang mereka gunakan. Salah satu produk yang memiliki sertifikasi halal selain makanan yang sering digunakan oleh Gen Z adalah produk kosmetik. Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2020 tentang Tata Cara Pengajuan Notifikasi Kosmetik menyatakan bahwa kosmetik adalah bahan atau sediaan yang dimaksudkan untuk digunakan pada bagian luar tubuh manusia (epidermis, rambut, kuku, bibir, dan organ genital) untuk membersihkan, mewangikan, mengubah penampilan, melindungi tubuh, dan/atau memperbaiki bau badan. Kosmetik memiliki beragam bentuk seperti pembersih wajah, toner, pensil alis, bedak yang digunakan pada wajah, dan ada juga yang digunakan pada tubuh seperti sabun dan parfum.

Parfum tentu memiliki efek samping terutama bagi pengguna yang sensitif terhadap bahan kimia baik kulit maupun pernafasan. Parfum yang kita gunakan sehari-hari akan aman apabila tidak terdapat kandungan alkohol di dalamnya (parfum halal) karena akan aman jika terkena anggota tubuh sensitif kita. Sebaliknya apabila parfum yang kita gunakan memiliki kadar alkohol yang tinggi ini dapat membahayakan kulit karena dapat menyebabkan iritasi pada bagian kulit sensitif yang terkena parfum. Oleh karena itu, sebaiknya kita menggunakan parfum yang halal agar lebih aman dan terjamin dan juga wajib menghindari area sensitif ketika menggunakan parfum seperti pada area mata maupun hidung. Menggunakan parfum dalam jumlah wajar dan tidak

berlebihan juga dapat menjaga kesehatan tubuh dan membasuh tangan setelah menggunakan parfum

Masyarakat Jawa, termasuk generasi Z, masih memiliki pengetahuan yang terbatas tentang produk sutra, sementara industri kosmetik halal telah mengalami perkembangan pesat dalam beberapa tahun terakhir. Sektor kosmetik halal merupakan salah satu yang berkembang paling pesat (Nazileh Zatil, 2020). Permintaan konsumen terhadap produk cepat saji di industri kosmetik, seperti parfum, juga meningkat. Berdasarkan data dari Euromonitor International, nilai pasar industri parfum di Indonesia mencapai Rp14,5 triliun pada tahun 2022 dan diproyeksikan akan meningkat menjadi 16,5 miliar dolar pada tahun 2023.

Penelitian yang dilakukan oleh Dan Schawbel (2014) dalam Dewi Rachmawati (2019), Generasi Z cenderung lebih memilih berwirausaha, dapat dipercaya, toleran, dan kurang termotivasi oleh uang dibandingkan generasi Y. Hasil dari sensus penduduk pada tahun 2022 yang dilansir oleh BPS menyatakan bahwa Gen Z muslim terbanyak di Pulau Jawa sebanyak 15,21 juta penduduk berasal dari Jawa Barat, terbanyak kedua yaitu berasal dari Jawa Timur sebanyak 13,26 juta penduduk, ketiga yaitu Jawa Tengah dengan jumlah Gen Z muslim sebanyak 12,12 juta penduduk, keempat adalah Banten dengan jumlah Gen Z muslim sebanyak 3,61 juta penduduk, dan DKI Jakarta sebanyak 3,05 juta penduduk Gen Z yang beragama muslim, dan terakhir adalah DI Yogyakarta dengan jumlah Gen Z yang beragama muslim sebanyak 627.933 penduduk.

Parfum memiliki banyak jenis yang dapat kita kenali diantaranya adalah *Extrait de Parfum* yang memiliki konsentrasi paling tinggi yaitu sebesar 34%-45% sehingga aroma yang dihasilkan dapat bertahan lama dan sangat kuat. Jenis selanjutnya adalah parfum dengan konsentrasi yang dimiliki sekitar 25%-35% dengan sedikit campuran alkohol dan parfum ini dapat mengalahkan aroma makanan serta tahan lama yang tidak terlalu menyengat mengganggu orang lain. Jenis selanjutnya adalah *Eau de Parfum* dengan konsentrasi aroma yang dimiliki sebesar 15%-25% yang akan tahan seharian dan beraroma lembut

untuk bekerja dan aktivitas yang bertemu dengan banyak orang. Jenis parfum *Eau de Toilette* adalah parfum yang paling sering digunakan dalam sehari-hari sebab memiliki konsentrasi yang lebih ringan dari *Eau de Parfum* yaitu sebesar 5%-15%. Jenis parfum selanjutnya adalah *Eau de Cologne* yang memiliki konsentrasi aroma yang ringan yaitu sebesar 2%-4% sehingga perlu dilakukan pengulangan penggunaan agar wanginya tidak hilang karena hanya bertahan selama 3 jam. Jenis parfum selanjutnya adalah *Eau Fraiche* yang memiliki konsentrasi aroma sekitar 1%-3% dan uniknya parfum jenis ini menggunakan air sebagai campurannya, parfum ini berfungsi untuk menyegarkan diri dan segar dan hanya bertahan sekitar 2 jam. Jenis parfum selanjutnya adalah *Eau de Senteur* yang sering digunakan oleh anak-anak dan bayi dengan aroma yang menyegarkan dan enak. Jenis parfum selanjutnya adalah *Splash* dan *Aftershave* yang sering digunakan oleh pria dengan wangi yang menyegarkan dengan kandungan alkohol yang dapat membantu mengecilkan pori-pori sehingga lebih segar yang biasa digunakan setelah bercukur.

Parfum banyak digunakan oleh Gen Z karena di usia mereka 13–25 tahun merupakan fase mencari jati diri dan merupakan usia yang sangat memperhatikan penampilan karena mereka ingin merasa tampil menarik baik para remaja yang mengalami pubertas usia 10–19 tahun maupun mereka yang mengalami perubahan dari remaja menjadi dewasa yakni usia 19–44 tahun. Namun sangat disayangkan dari Gen Z adalah kurangnya minat mereka terhadap informasi tertentu salah satunya mengenai *halal Supply Chain* dari parfum ini, hal ini menyebabkan kurangnya informasi mereka mengenai produk parfum yang halal yang seharusnya mereka gunakan. Menggunakan produk parfum yang tidak halal dan kurangnya Gen Z dalam mencari informasi mengenai produk ini menandakan mereka kurang peduli terhadap produk halal yang mereka gunakan sehari-hari.

Penelitian ini untuk menjelajahi potensi pasar baru, yakni konsumen yang lebih sadar akan produk halal. Tidak hanya Muslim yang menjadi target pasar dari produk halal, tetapi juga non-Muslim yang semakin tertarik karena jaminan kebersihan, keamanan proses produksi, dan kualitas higienis yang

terjamin (Nazileh, 2020). Produk dengan sertifikasi halal dipandang lebih aman dan terpercaya, yang membuatnya relevan bagi siapa saja yang peduli terhadap kualitas dan kebersihan produk yang mereka konsumsi atau gunakan (Rahayu, 2021). Hal ini memberikan peluang bagi industri kosmetik, khususnya parfum, untuk menjangkau pasar yang lebih luas, di mana halal tidak hanya sekadar tuntutan agama, tetapi juga standar kualitas yang lebih tinggi.

Dengan meningkatnya kesadaran akan pentingnya produk halal, terutama di kalangan Muslim, produk halal juga menjadi menarik bagi konsumen non-Muslim (Dewi Rachmawati, 2019). Hal ini disebabkan oleh kepercayaan bahwa produk halal lebih bersih, aman, dan higienis (Ni'mah, 2022). Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk memahami kesadaran konsumen, khususnya Generasi Z Muslim di Pulau Jawa, terhadap rantai pasok halal pada industri parfum halal. Kesadaran ini juga mencakup pasar baru yang aware akan manfaat produk halal, baik bagi Muslim maupun non-Muslim, yang menghargai kualitas proses produksi yang bersih dan higienis (Pratiwi & Hendayani, 2021).

Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar kesadaran konsumen muslim Indonesia khususnya Gen Z di Pulau Jawa terhadap rantai pasok halal atau *halal Supply Chain* pada Industri kosmetik parfum di Indonesia. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Pratiwi & Hendayani (2021), seberapa besar kesadaran konsumen terhadap *halal Supply Chain Awareness* memiliki beberapa indikator diantaranya adalah *Religious Belief, Health Reason, logo Certification, dan Exposure*. Ditinjau dari gejala dan fenomena ini, maka judul penelitian ini adalah **“Pengaruh Tingkat Kesadaran Konsumen Muslim Indonesia Terhadap Produk Parfum Halal pada Gen Z Muslim di Pulau Jawa”**

1.3 Perumusan Masalah

Peningkatan kesadaran konsumen terhadap produk parfum halal dalam rantai pasok halal sangatlah penting, karena diharapkan dapat mendorong pertumbuhan yang lebih besar di industri kosmetik parfum di Indonesia. Menurut Tieman (2014) dalam (Helva, *et.al* 2022), konsep halal dalam rantai pasok berarti

bahwa semua kegiatan yang dilakukan oleh entitas yang terlibat dalam rantai pasok dari hulu ke hilir harus sesuai dengan syariat Islam. Ini mencakup pemilihan pemasok, proses produksi, penyimpanan, hingga distribusi, termasuk pemisahan tempat penyimpanan dan pengiriman produk halal untuk menghindari kontaminasi dengan bahan yang tidak halal. Selain itu, Gen Z di Pulau Jawa adalah target terbesar dalam industri kosmetik, khususnya parfum, karena populasi Gen Z terbesar berada di Pulau Jawa, dengan mayoritas beragama Islam. Gen Z juga berada dalam fase ingin tampil menarik, sehingga ada tuntutan untuk menjamin kehalalan produk yang mereka gunakan sesuai dengan kaidah-kaidah halal. Minimnya mencari informasi pada Gen Z mengenai produk halal khususnya parfum yang digunakannya, hal ini akan berdampak pada konsumen dengan mendapatkan dan menggunakan parfum yang tidak halal dan akan berdampak terhadap ekosistem parfum halal di Indonesia tidak berkembang. Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya yang tulis oleh (Detry Ajeng Pratiwi, Ratih Hendayani, Indrawati, 2021) penelitian dengan judul *Analysis of the Awareness Level of Indonesian Non-Muslim Consumers on Halal Products: A Case Study of Non-Muslim Consumers in Malang*. Yang menyatakan bahwa *Religious Belief, Health Reason, logo Certification, dan Exposure* secara signifikan mempengaruhi kesadaran rantai pasokan halal yang relevan dengan penelitian “Pengaruh Tingkat Kesadaran Konsumen Muslim Indonesia Terhadap Produk Parfum Halal pada Gen Z Muslim di Pulau Jawa”. Penelitian ini berbeda dari penelitian sebelumnya karena berfokus pada Gen Z Muslim di Pulau Jawa. Selain itu, penelitian ini menggunakan software SmartPLS untuk menganalisis metode Partial Least Squares (PLS). Tujuan dari penelitian ini juga adalah untuk mengukur tingkat kesadaran Gen Z terhadap produk parfum halal dan mengukur pengaruh keputusan *Religious Belief* (keyakinan religius), *Health Reason* (alasan kesehatan), *Logo Certification* (sertifikasi logo), dan *Exposure* (paparan informasi). Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi para pemilik usaha parfum halal agar tetap menjaga produk bersertifikasi halal, kesehatan produk, demi meningkatkan tingkat kesadaran akan produk halal Generasi Z Muslim yang ada di Pulau Jawa.

1.4 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah penelitian ini, rumusan masalah yang dibuat sebagai berikut:

1. Seberapa besar pengaruh *Religious Belief* terhadap *Halal Supply Chain Awareness*?
2. Seberapa besar pengaruh *Health Reasons* terhadap *Halal Supply Chain Awareness*?
3. Seberapa besar pengaruh *logo Certification* terhadap *Halal Supply Chain Awareness*?
4. Seberapa besar pengaruh *Exposure* terhadap *Halal Supply Chain Awareness*?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah penelitian ini, maka tujuan dari penelitian ini ialah sebagai berikut:

1. Untuk mengukur seberapa besar pengaruh *Religious Belief* terhadap *halal Supply Chain Awareness*.
2. Untuk mengukur seberapa besar pengaruh *Health Reasons* terhadap *halal Supply Chain Awareness*.
3. Untuk mengukur seberapa besar pengaruh *logo Certification* terhadap *halal Supply Chain Awareness*.
4. Untuk mengukur seberapa besar pengaruh *Exposure* terhadap *halal Supply Chain Awareness*.

1.6 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian yang dilakukan akan memberikan beberapa kegunaan atau manfaat, antara lain:

1. Secara Teoritis

Penelitian ini melakukan kajian ulang sebuah model mengenai seberapa besar pengaruh *religious belief, health reasons, logo certification, Exposure* terhadap *halal supply chain awareness*. Hasil penelitian ini diharapkan

dapat berguna sebagai tambahan pengetahuan dibidang ilmu manajemen rantai pasok.

2. Secara Praktisi

a. Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan yang berguna untuk mengembangkan strategi dalam meningkatkan *halal supply chain awareness*.

b. Bagi Akademik

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan ilmu yang baru sehingga dapat digunakan pada kemudian hari.

1.7 Sistematika Penulisan

Berikut adalah penjelasan sistematis dan ringkas mengenai isi laporan penelitian yang terdiri dari Bab I hingga Bab V:

a. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini memuat latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta ruang lingkup dan batasan penelitian. Pendahuluan bertujuan untuk memberikan gambaran umum mengenai topik yang diteliti dan alasan pentingnya penelitian tersebut dilakukan.

b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi kajian teoritis yang relevan dengan topik penelitian, termasuk konsep, teori, dan hasil penelitian sebelumnya yang mendukung penelitian yang sedang dilakukan. Tinjauan pustaka membantu membangun dasar ilmiah dan memperjelas posisi penelitian ini dalam konteks studi yang lebih luas.

c. BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan secara rinci metode yang digunakan dalam penelitian, meliputi jenis penelitian, desain penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, serta metode analisis data. Bab ini bertujuan untuk memberikan gambaran jelas tentang bagaimana penelitian dilakukan dan memastikan bahwa metode yang digunakan dapat diandalkan dan valid.

d. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil dan pembahasan penelitian diuraikan secara sistematis sesuai dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian, serta disajikan dalam subjudul yang terpisah. Bab ini terdiri dari dua bagian utama: bagian pertama menyajikan hasil penelitian, sedangkan bagian kedua menyajikan pembahasan atau analisis hasil penelitian. Setiap aspek pembahasan dimulai dengan hasil analisis data, kemudian diinterpretasikan, dan akhirnya ditarik kesimpulan. Pembahasan juga harus dibandingkan dengan penelitian sebelumnya atau landasan teori yang relevan.

e. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merangkum hasil penelitian dan menarik kesimpulan yang menjawab tujuan penelitian. Selain itu, bab ini juga memberikan saran-saran yang didasarkan pada temuan penelitian, baik untuk penelitian lanjutan maupun untuk praktisi yang terkait dengan topik penelitian.