

The Effect of Halal Supply Chain, Pemasaran digital, and Product Innovation on Business Performance of Halal Food MSMEs in DKI

Jakarta

By Dinar Dhia

Abstract

Culinary MSMEs have the opportunity to play a role in making Indonesia not only a top consumer but a top producer of halal culinary products for the national and global market. However, in August 2023, Indonesian culinary MSMEs are experiencing a slowdown in annual sales growth of 3.8% yoy compared to August 2022 and a monthly contraction of -10.9% mtm from July to August 2023. The aim of this research is to determine and explain the influence of implementing halal supply chains, digital marketing, and product innovation on business performance. This research uses quantitative methods. The population of this research was culinary MSMEs in DKI Jakarta, and the sample used was 125 respondents. Hypothesis testing was carried out using multiple linear regression analysis with SPSS version 26 statistical tools. The results of hypothesis testing show that there is a significant influence of the halal supply chain and digital marketing on business performance, but product innovation does not significant affect the business performance of culinary MSMEs in DKI Jakarta. Then it was simultaneously discovered that halal supply chains, digital marketing, and product innovation significant influenced business performance. Thus, it is hoped that the results of this research can help culinary MSMEs in DKI Jakarta in determining the factors that must be considered in order to obtain good business performance.

Keywords: *Business Performance, Digital Marketing, Halal Culinary Industry, Halal Supply Chain, and Product Innovation*

Pengaruh Rantai Pasok Halal, Pemasaran Digital, dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Bisnis Pada UMKM Kuliner di DKI Jakarta

Oleh Dinar Dhia

Abstrak

UMKM kuliner memiliki kesempatan untuk berperan dalam menjadikan Indonesia bukan hanya sebagai top konsumen, melainkan top produsen produk kuliner halal bagi pasar nasional maupun global. Namun pada Agustus tahun 2023, UMKM kuliner Indonesia sedang mengalami perlambatan pertumbuhan penjualan tahunan sebesar 3,8% yoy dibandingkan Agustus 2022 dan kontraksi bulanan -10,9% mtm dari Juli ke bulan Agustus 2023. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh dari penerapan rantai pasok halal, pemasaran digital, dan inovasi produk terhadap kinerja bisnis. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah UMKM kuliner di DKI Jakarta, lalu sampel yang digunakan sebanyak 125 responden. Uji hipotesis dilakukan dengan analisis regresi linier berganda dengan alat bantu statistik SPSS versi 26. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan dari rantai pasok halal dan pemasaran digital terhadap kinerja bisnis, tetapi inovasi produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis UMKM kuliner di DKI Jakarta. Kemudian secara simultan diketahui bahwa rantai pasok halal, pemasaran digital, dan inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap Kinerja bisnis. Dengan demikian, diharapkan hasil penelitian ini .dapat membantu UMKM kuliner di DKI Jakarta menentukan faktor-faktor yang harus diperhatikan agar mendapatkan kinerja bisnis yang baik.

Kata Kunci: Industri Kuliner Halal, Inovasi Produk, Kinerja bisnis, Pemasaran Digital, dan Rantai Pasok Halal