

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

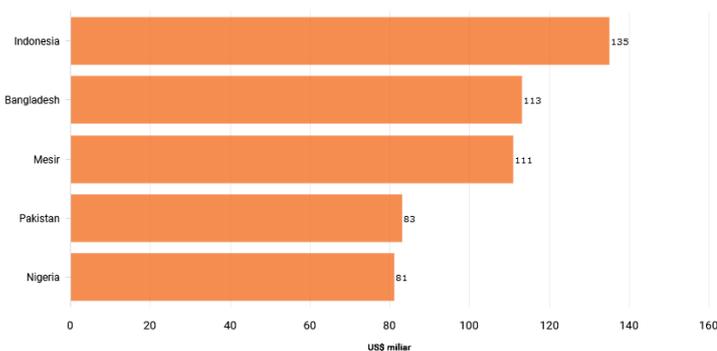
Indonesia dikenal sebagai negara yang penduduknya kebanyakan beragama Islam. Persentase jumlah penduduk Muslim Indonesia, berdasarkan data dari Kementerian Dalam Negeri adalah 89.02% dari jumlah populasi penduduk Indonesia. Hal ini berarti terdapat 241.7 juta jiwa penduduk Indonesia yang beragama Muslim, per Desember 2022. Berdasarkan dari jumlah penduduk Muslim Indonesia yang dominan, maka hal tersebut tentunya dapat menjadi potensi yang masif dalam upaya perluasan industri halal di Indonesia (KNEKS, 2023).

Industri halal saat ini menjadi perhatian masyarakat, bukan hanya masyarakat di Indonesia, bahkan hingga ke penjuru dunia. Hal ini dibuktikan dengan kondisi pertumbuhan industri halal yang semakin baik dari tahun ke tahun. Sebagaimana yang telah disampaikan, bahwa penduduk Indonesia mayoritas beragama Islam, sehingga Indonesia memiliki potensi yang masif dalam perluasan industri halal. Kehadiran industri halal juga memberikan peran yang besar dalam perekonomian (Azizah et al., 2022). Walaupun pada kenyataannya, Indonesia masih berada pada posisi ketiga pada *Global Islamic Economy Indicator (GIEI)*, yang mana posisi pertama masih ditempati oleh Malaysia selama 10 tahun berturut-turut (Liaqat, 2023). Hal tersebut sangat disayangkan, jika melihat kondisi Indonesia yang sangat berpotensi untuk menjadi pusat industri halal dunia (Azizah et al., 2022).

Salah satu sektor di antara beberapa sektor pada industri halal adalah sektor kuliner. Berdasarkan data dari *State of the Global Islamic Economy Report*, sektor makanan halal menduduki posisi yang paling besar dalam pengeluaran konsumen, yaitu sebesar \$1,267 Triliun dari 1,9 Miliar umat Muslim di dunia (Shafaki, 2022). Industri kuliner halal Indonesia juga mengalami peningkatan yang signifikan, berdasarkan laporan dari (State of the Global Islamic Economy Report, 2023), *Halal Food Global Islamic Index Ranking* Indonesia menempati posisi kedua pada tahun 2023-2024. Hal ini merupakan kemajuan yang sangat signifikan karena

kuliner halal Indonesia belum bisa mencapai peringkat 10 besar pada tahun 2019-2020 (State of the Global Islamic Economy Report, 2019).

Berdasarkan data yang dicatat oleh Dinar Standard, Indonesia menyumbang sebesar \$135 Miliar dari sektor kuliner halal. Hal ini membuat Indonesia menempati posisi pertama sebagai negara dengan tingkat konsumen baik makanan maupun minuman halal terbesar di dunia pada tahun 2020. Konsumsi kuliner halal Indonesia mengalahkan Bangladesh yang berada pada posisi kedua, dengan konsumsi sebanyak US\$113 miliar. Selanjutnya, Mesir pada posisi ketiga dengan konsumsi kuliner halal sebanyak US\$ 111 miliar (Pahlevi, 2022).



Sumber : (Databoks, 2022)

Gambar 1. Negara Konsumen Makanan dan Minuman Halal Terbesar di Dunia

Industri kuliner berpengaruh besar bagi perekonomian masyarakat. Hal ini disebabkan oleh potensi perkembangan bisnis yang setiap tahunnya cenderung naik. Perkembangan ini terjadi karena setiap tahunnya terjadi peningkatan jumlah penduduk di Indonesia yang memungkinkan terjadinya peningkatan permintaan pasar (Faizah, 2022). Menurut Dirjen Industri Agro Kementerian Perindustrian, industri kuliner dikatakan sebagai sektor yang strategis dan berperan signifikan dalam menopang pertumbuhan perekonomian Indonesia. Pada tahun 2023, industri kuliner memiliki kontribusi sebesar 39,10% atas pendapatan Produk Domestik Bruto (PDB) industri nonmigas serta sebesar 6,55% atas PDB nasional (Antaraneews.com, 2024).

Tersedianya makanan halal menjadi kebutuhan bagi umat Islam. Mengonsumsi makanan yang halal dapat menjadi perwujudan dari ibadah seorang Muslim kepada Allah swt. sebagai wujud keamanan, kebersihan, dan kualitas dari kehidupan umat Islam. Menurut Majelis Ulama Indonesia, makanan halal memiliki

kriteria dan syarat berupa tidak terkontaminasi bahan haram seperti babi, *khamr*, organ tubuh manusia, kotoran, serta darah. Proses penyembelihan hewan yang akan dikonsumsi juga harus sesuai syariat Islam. Pengolahan, penyimpanan, pengelolaan, hingga penjualan makanan dan minuman halal tidak boleh terdapat hal-hal yang mengharamkan dan harus sesuai dengan syariat (Faizah, 2022).

Produksi, pengolahan, hingga distribusi kuliner harus dipastikan kehalalannya, sehingga dapat dikatakan sebagai kuliner halal. Hal tersebut tertuang dalam konsep *Halal Supply Chain* (Hanifasari et al., 2024). Pelaksanaan *Halal Supply Chain* harus sesuai dengan prinsip syariah Islam (Maknunah et al., 2020). Setiap pelaku bisnis yang memproduksi produk halal, harus menjaga integritas kehalalan produk tersebut hingga ke konsumen akhir. Integritas halal kemudian menjadi isu yang penting setelah terjadinya permasalahan yang menyangkut integritas halal pada makanan, seperti adanya Wabah Salmonella pada selai kacang di Amerika Serikat hingga skandal susu di Tiongkok pada tahun 2008. Skandal integritas produk ini menunjukkan bahwa mekanisme pengendalian makanan belum cukup dalam menangani masalah makanan. Walaupun peraturan, undang-undang, hingga standar keamanan produk sudah dilakukan, akan tetapi peristiwa demikian masih bisa saja terjadi (Pratiwi, 2022). Oleh karena itu, kehalalan produk dari proses produksi bahan baku hingga konsumsi ke konsumen akhir, harus selalu dipastikan.

Sesuai dengan Peraturan Perundang-Undangan Nomor 33 Tahun 2014 mengenai jaminan Produk Halal, dinyatakan bahwa produk yang diperjualbelikan di Indonesia wajib untuk bersertifikat halal. Oleh karena itu, *Halal Supply Chain* menjadi kunci utama dalam penerapan prinsip halal tersebut. Berdasarkan fenomena tersebut, maka pelaku usaha kuliner harus fokus pada rantai pasok halal produknya, mulai dari bahan makanan yang akan diproduksi hingga produk tersebut didistribusikan kepada konsumen (Amelia et al., 2023).

Kehalalan sebuah produk yang akan dikonsumsi menjadi hal yang sangat krusial bagi tiap Muslim. Namun, tidak semua umat Islam memiliki pemahaman secara pasti bagaimana ciri-ciri dari produk halal (Temanggung.kemenag.go.id, 2022). Setiap produsen dan konsumen Muslim sepatutnya memiliki kesadaran akan kehalalan suatu produk yang diproduksi atau dikonsumsi setiap harinya. Kesadaran

halal sebuah produk harus berdasarkan kriteria halal Islam dan kemudian menjadi prasyarat utama bagi konsumen maupun produsen dalam mengonsumsi dan memproduksi suatu produk, seperti makanan dan minuman. Seorang Muslim yang paham mengenai konsep, proses, dan prinsip halal akan menjadi lebih teliti dalam memutuskan produk apa yang hendak dikonsumsi (Ernawati & Koerniawan, 2023).

Selain serangkaian proses produksi hingga distribusi produk yang harus halal dan kesadaran akan kehalalan suatu produk, umat Muslim juga sepatutnya memperhatikan label halal saat hendak mengonsumsi setiap produk, khususnya kuliner. Berdasarkan hasil sidang Komisi Fatwa dan penerbitan sertifikat halal yang diterbitkan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH), Majelis Ulama Indonesia (MUI) memutuskan bahwa suatu produk harus mendapatkan label halal. Kewajiban bagi pelaku UMKM untuk memegang sertifikat halal pada produknya, tertuang dalam Peraturan Pemerintah Nomor 39 tahun 2021 mengenai Penyelenggaraan Bidang Jaminan Produk Halal. Ketua Umum Asosiasi UMKM Indonesia, Hermawati mengatakan bahwa hingga saat ini masih sekitar 30% pelaku UMKM yang sudah mendaftarkan sertifikasi halal untuk produknya. Hal ini karena terdapat kendala dalam proses pendaftaran, seperti syarat legalitas, yaitu Nomor Induk Berusaha (NIB) (Info.padiumkm.id, 2024).

Pada kenyataannya, berbeda dengan perusahaan-perusahaan besar, pelaku bisnis UMKM justru menempelkan sendiri label halalnya. Label tersebut bukan merupakan label halal dari lembaga yang memiliki wewenang dalam mengeluarkan sertifikasi halal, yaitu BPJPH (Sari & Junaidi, 2020). Hal ini mengakibatkan banyak produk dari UMKM yang telah tercantum label halal, namun tidak memegang sertifikat halalnya. Hal ini berbanding terbalik dengan prosedur resmi yang ada dalam pemberian izin label halal, yaitu harus berdasarkan sertifikat halal yang diterbitkan oleh lembaga yang berwenang (Qomaro, 2023).

Pemerintah juga menunda kewajiban sertifikasi halal UMKM sampai tahun 2026 khususnya untuk UMKM. Target awalnya adalah pada tahun 2024, 10 juta UMKM sudah bersertifikat halal. Akan tetapi pada kenyataannya baru sekitar 4.4 juta UMKM atau 44.18% yang sudah tersertifikasi halal hingga saat ini. Hal ini karena kurangnya pengetahuan dan kesadaran, sehingga kewajiban sertifikasi halal pada UMKM harus ditunda selama 2 tahun (Winosa, 2024).

Pemberian label halal bisa memengaruhi konsumen dalam minat membeli produk. Hal ini disebabkan oleh kehadiran label halal tersebut, maka perasaan aman dapat dirasakan konsumen karena telah sesuai dengan syariat Islam, sehingga mereka dapat mengkonsumsi produk tersebut tanpa keraguan. Bagi konsumen non-Muslim, pemberian label halal mungkin tidak terlalu berpengaruh pada minat beli mereka. Mereka cenderung tidak terlalu tertarik dan lebih mementingkan aspek kualitas dan harga produk. Di sisi lain, bagi konsumen Muslim, pemberian label halal pada produk sangatlah penting dan berpengaruh pada minat beli mereka. Hal ini disebabkan label halal dapat memperlihatkan bahwa produk tersebut telah sesuai standar Islam dan tidak terkandung keraguan atas kontaminasi hal haram di dalamnya. Minat beli yang tinggi dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen Muslim (Mundir & Tomiyadi, 2023).

Keputusan pembelian dalam Islam harus lebih mementingkan kebutuhan di atas keinginan. Pengambilan keputusan dalam Islam juga menerapkan prinsip kehati-hatian (Rahman & Handayani, 2022). Oleh sebab itu dalam keputusan pembelian umat Muslim, khususnya dalam pembelian makanan dan minuman, maka perhatian khusus harus diterapkan, terutama bagi produk yang belum pasti kehalalannya. Hal ini karena dalam Islam, terdapat aturan harus mengkonsumsi sesuatu yang halal dan baik.

Terdapat beberapa penelitian terdahulu mengenai keputusan pembelian. Salah satunya adalah penelitian milik (M. et al., 2020) mengenai pengaruh kesadaran makanan halal atas keputusan pembelian dengan moderasi religiositas. Hasil yang didapat dari penelitian tersebut menyatakan bahwa tingginya tingkat kesadaran akan makanan halal positif signifikan atas keputusan pembelian. Akan tetapi, disebutkan pula pada penelitian (Hervina et al., 2021), mengenai pengaruh kesadaran halal dan harga pada keputusan pembelian pengguna Gofood saat Pandemi Covid-19, dinyatakan bahwa kesadaran halal tidak memberi pengaruh pada keputusan pembelian konsumen GoFood saat pandemi Covid-19.

Penelitian lainnya terkait pengaruh label halal atas keputusan pembelian konsumen atas makanan halal dengan mediasi religiositas yang diteliti oleh (Desmayonda & Trenggana, 2019). Penelitian ini menemukan hasil bahwa label halal dan keputusan pembelian termasuk kategori baik. Label halal berpengaruh

pada religiusitas, akan tetapi tidak berpengaruh atas keputusan pembelian. Label halal tidak dapat memberi pengaruh pada keputusan pembelian tanpa religiusitas. Penelitian mengenai pengaruh pemberian label halal juga dilakukan oleh (Pratama & Nurcahya, 2022). Penelitian ini mengkaji pengaruh label halal dan merek atas keputusan pembelian konsumen Magelang. Penelitian tersebut memperoleh hasil bahwa label halal dan merek berpengaruh atas keputusan pembelian. Pada penelitian lainnya yang dilakukan oleh (Fathoni et al., 2023), didapatkan hasil bahwa Logo Halal tidak berpengaruh langsung atas keputusan pembelian konsumen, namun dapat berpengaruh melalui mediasi kesadaran halal. Penelitian lain yang dilakukan oleh (Hakim & Waluyo, 2023) membahas mengenai tingkat religiusitas, pengetahuan produk, juga sikap konsumen atas pembelian makanan dan minuman halal. Penelitian ini menemukan bahwa tingkat religiusitas, pengetahuan produk, serta sikap konsumen berpengaruh pada keputusan membeli produk. Namun, sikap konsumen tidak memberi pengaruh pada keputusan dalam membeli produk dengan label halal.

Berdasarkan beberapa penelitian sebelumnya, ditemukan kesadaran akan makanan halal berpengaruh atas keputusan pembelian. Akan tetapi, pada studi lain ditemukan bahwa kesadaran halal tidak memberikan berpengaruh secara parsial atas keputusan pembelian. Penelitian lainnya menemukan bahwa label halal tidak memberikan berpengaruh kepada keputusan pembelian tanpa religiusitas. Begitu juga dengan penelitian lainnya yang memperoleh hasil bahwa logo halal tidak berpengaruh langsung atas keputusan pembelian konsumen tanpa mediasi kesadaran halal. Akan tetapi, penelitian lain menemukan bahwa label halal serta merek ternyata berpengaruh atas keputusan pembelian. Melalui penelitian lain, ditemukan pula bahwa sikap konsumen berpengaruh atas keputusan pembelian, namun tidak berpengaruh melalui mediasi label halal.

Terdapat beberapa perdebatan ilmiah antara variabel kesadaran halal serta label halal dalam memengaruhi atau tidaknya keputusan pembelian kuliner halal. Akan tetapi, belum banyak ditemukan penelitian yang membahas mengenai bagaimana pengaruh *Halal Supply Chain* atas keputusan pembelian kuliner halal. Begitu pun dengan pengaruh sikap sebagai mediasi terhadap keputusan pembelian kuliner halal. Oleh sebab itu, urgensi dari penelitian ini guna mengetahui apakah

Halal Supply Chain, kesadaran halal, dan label halal dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen Muslim pada UMKM kuliner halal di Tangerang Selatan, dengan sikap konsumen sebagai variabel mediasi.

Tangerang Selatan merupakan salah satu kota yang mempunyai destinasi kuliner yang disukai para wisatawan (Syepanda et al., 2021). Menurut (Dinkop UKM Kota Tangerang Selatan, 2022), tercatat sebanyak 147.862 unit UMKM di Tangerang Selatan.

Tabel 1. Jumlah UMKM Menurut Kecamatan

Kecamatan	UMKM
Serpong	18.150
Serpong Utara	14.594
Pondok Aren	27.824
Ciputat	23.926
Ciputat Timur	19.010
Pamulang	32.947
Setu	11.411
Total	147.862

Sumber: Data diolah

Menurut (Dinkop UKM Kota Tangerang Selatan, 2022), dari 147.862 jumlah UMKM di Tangerang Selatan, tercatat sebanyak 55.363 unit UMKM kuliner di Tangerang Selatan.

Pada Provinsi Banten, jumlah UMKM tercatat sebanyak 339.001 unit sepanjang tahun 2022 (Anastasya, 2023). Akan tetapi, baru tercatat sebanyak 3.954 industri kuliner yang telah bersertifikat halal di Provinsi Banten pada tahun 2022 (Kemenag, 2022).

Tabel 2. Perbandingan Jumlah UMKM di Banten dengan Jumlah Industri Kuliner yang telah Bersertifikat Halal di Banten Tahun 2022

Jumlah UMKM	Jumlah Industri Kuliner yang telah Bersertifikat Halal
339.001	3.954

Sumber: Data diolah

Pada tahun 2022, Indeks Pembangunan Manusia (IPM) Kota Tangerang Selatan tercatat sebesar 81.95 yang menunjukkan bahwa Kota Tangerang Selatan memiliki IPM yang paling besar di Banten (Badan Pusat Statistik Kota Tangerang selatan, 2024). IPM dapat menjadi modal untuk pembangunan ekonomi yang lebih baik lagi. Semakin tinggi IPM suatu daerah, semakin tinggi pula kualitas sumber dayanya (Alkhoiriyah & Sa'roni, 2021). Sumber daya yang berkualitas ini lah yang dapat mendorong perekonomian daerah. Oleh karena itu, angka pekerja semakin tinggi dan pengangguran menurun. Kondisi IPM yang kuat, didukung dengan sumber daya atau pekerja yang meningkat, serta tersedianya lapangan pekerjaan akan berdampak pada penurunan tingkat kemiskinan dan berujung pada pengembangan perekonomian daerah (Romadhona et al., 2024).

Hal ini dapat dilihat dari pertumbuhan UMKM Kota Tangerang Selatan yang setiap tahunnya tumbuh 5-12%. Pada tahun 2023, tercatat sebanyak kurang lebih 90 ribu UMKM yang didominasi dengan UMKM pada bidang kuliner. Menurut Wakil Walikota Tangsel, salah satu penopang perekonomian di Tangerang Selatan adalah para pelaku UMKM. Dampak perekonomian atas kehadiran UMKM bagi Tangerang Selatan adalah adanya potensi untuk peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD), dari biaya pajak yang dikeluarkan oleh UMKM (Adha, 2023).

Berdasarkan dari fenomena serta latar belakang di atas, maka penulis menjadikan sikap konsumen sebagai variabel mediasi. Sikap berarti kecenderungan perilaku, baik yang disukai atau tidak oleh seseorang terhadap sesuatu (Bashir, 2019). Oleh karena itu, pengaruh sikap konsumen sebagai variabel mediasi atas keputusan pembelian kuliner halal pada UMKM kuliner di Tangerang Selatan layak untuk diteliti. Sikap sebagai variabel mediasi dijadikan sebagai penghubung antara variabel independen, yaitu *Halal Supply Chain*, kesadaran halal, dan label halal atas variabel dependen, yaitu keputusan pembelian, yang dapat mempengaruhi secara langsung atau tidak pada konsumen Muslim di UMKM kuliner Tangerang Selatan.

Dengan demikian, didapatkanlah kebaruan atau *novelty* dari penelitian ini yaitu menggunakan variabel *Halal Supply Chain* dan dengan menjadikan sikap konsumen sebagai variabel mediasi. Selain itu dengan memilih subjek penelitian, yaitu pada konsumen Muslim pada UMKM kuliner Tangerang Selatan karena belum banyak penelitian yang dilakukan sebelumnya. Penelitian ini bermaksud

untuk mengetahui bagaimana *Halal Supply Chain*, kesadaran halal, dan label halal dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen Muslim atas kuliner halal di UMKM Tangerang Selatan dengan sikap konsumen sebagai variabel mediasi. Selain itu, juga dilakukan supaya dapat memberi wawasan terutama bagi para pelaku usaha kuliner di Tangerang Selatan mengenai bagaimana variabel *Halal Supply Chain*, kesadaran halal, dan label halal dapat berpengaruh pada aktivitas usahanya yang dapat dilihat dari bagaimana konsumen mengambil keputusan atas pembelian produk kuliner tersebut.

1.2 Rumusan Masalah

Sehubungan dengan penjelasan dari latar belakang yang dijabarkan, maka terdapat beberapa rumusan masalah yang akan dijelaskan lebih lanjut sebagai masalah utama dalam penelitian. Rumusan masalahnya adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh *halal supply chain* terhadap keputusan pembelian kuliner halal di UMKM Tangerang Selatan?
2. Bagaimana pengaruh kesadaran halal terhadap keputusan pembelian kuliner halal di UMKM Tangerang Selatan?
3. Bagaimana pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian kuliner halal di UMKM Tangerang Selatan?
4. Bagaimana pengaruh *halal supply chain* terhadap sikap konsumen dalam membeli kuliner halal di UMKM Tangerang Selatan?
5. Bagaimana pengaruh kesadaran halal terhadap sikap konsumen dalam membeli kuliner halal di UMKM Tangerang Selatan?
6. Bagaimana pengaruh label halal terhadap sikap konsumen dalam membeli kuliner halal di UMKM Tangerang Selatan?
7. Bagaimana pengaruh sikap konsumen terhadap keputusan pembelian kuliner halal di UMKM Tangerang Selatan?
8. Bagaimana pengaruh sikap konsumen dalam memediasi *halal supply chain* terhadap keputusan pembelian kuliner halal di UMKM Tangerang Selatan?
9. Bagaimana pengaruh sikap konsumen dalam memediasi kesadaran halal terhadap keputusan pembelian kuliner halal di UMKM Tangerang Selatan?

10. Bagaimana pengaruh sikap konsumen dalam memediasi label halal terhadap keputusan pembelian kuliner halal di UMKM Tangerang Selatan?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, maka dapat dirumuskan kesimpulan bahwa penelitian ini bertujuan untuk :

1. Menganalisis pengaruh *halal supply chain* terhadap keputusan pembelian kuliner halal di UMKM Tangerang Selatan.
2. Menganalisis pengaruh kesadaran halal terhadap keputusan pembelian kuliner halal di UMKM Tangerang Selatan.
3. Menganalisis pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian kuliner halal di UMKM Tangerang Selatan.
4. Menganalisis pengaruh *halal supply chain* terhadap sikap konsumen dalam membeli kuliner halal di UMKM Tangerang Selatan.
5. Menganalisis pengaruh kesadaran halal terhadap sikap konsumen dalam membeli kuliner halal di UMKM Tangerang Selatan.
6. Menganalisis pengaruh label halal terhadap sikap konsumen dalam membeli kuliner halal di UMKM Tangerang Selatan.
7. Menganalisis pengaruh sikap konsumen dalam terhadap keputusan pembelian kuliner halal di UMKM Tangerang Selatan.
8. Menganalisis pengaruh sikap konsumen dalam memediasi *halal supply chain* terhadap keputusan pembelian kuliner halal di UMKM Tangerang Selatan.
9. Menganalisis pengaruh sikap konsumen dalam memediasi kesadaran halal terhadap keputusan pembelian kuliner halal di UMKM Tangerang Selatan.
10. Menganalisis pengaruh sikap konsumen dalam memediasi label halal terhadap keputusan pembelian kuliner halal di UMKM Tangerang Selatan.

1.4 Manfaat Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil dari penelitian terkait pengaruh *Halal Supply Chain*, kesadaran halal, dan label halal atas keputusan pembelian kuliner halal di UMKM Tangerang Selatan dengan mediasi sikap konsumen ini, maka penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat seperti :

1. Aspek Teoritis

Penelitian ini mampu dijadikan rujukan untuk penelitian-penelitian selanjutnya. Penelitian ini ditujukan untuk dapat memberikan kontribusi bagi penelitian lainnya seputar ekonomi syariah, terkhusus pada ekonomi industri halal pada sektor makanan dan minuman halal.

2. Aspek Praktis

a. Bagi Pemerintah

Hasil dari penelitian ini mampu menjadi refleksi untuk membuat kebijakan dan aturan untuk pemerintah agar lebih memperhatikan aspek *Halal Supply Chain*, kesadaran halal, dan label halal terhadap keputusan pembelian kuliner halal di UMKM Tangerang Selatan. Pemerintah kemudian dapat membuat dan menentukan kebijakan yang tepat pada ekonomi industri halal, khususnya sektor makanan dan minuman halal.

b. Bagi Pelaku Usaha Kuliner Halal

Hasil dari penelitian ini mampu menjadi acuan dan diterapkan pada usaha kuliner halal di Tangerang Selatan. Penelitian ini dapat membantu pelaku usaha kuliner halal dalam menghadapi perkembangan pada industri halal sektor kuliner dan supaya dapat lebih menyadari pengaruh *Halal Supply Chain*, kesadaran halal, dan label halal atas keputusan pembelian konsumen agar usahanya dapat terus berkembang.