

Pengaruh Kesadaran KOnsumen Halal Food Supply Chain Management terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus UMKM Makanan Sekitar Kampus II UINSU)

Muhammad Rifki Damanik¹, Supardi², Siti Aisyah³
Mahasiswa Prodi Manajemen

¹mhdrefki77@gmail.com ²supardireal71@gmail.com, ³siti.aisyah@uinsu.ac.id

Abstract

Halal supply chain management is an integration of business processes from an initial supplier who then provides products, services, and information that can add an added value to final consumers in accordance with the rules of Islamic teachings, namely the Al-Quran and Sunnah. The purpose of this study was to determine the effect of consumer awareness of halal food supply chain management on consumer buying interest. The method used is a qualitative method by distributing questionnaires to respondents. The sample used is UINSU students. The results of the study indicate that Halal Supply management has an effect on consumer buying interest.

Keywords: Halal Supply Chain Management, Minst Buy, UMKM

Abstark

Halal supply chain management merupakan sebuah integrasi dari bisnis proses dari seorang supplier awal yang kemudian menyediakan produk, jasa, dan informasi yang dapat menambahkan suatu nilai tambah kepada konsumen akhir yang sesuai dengan kaidah ajaran agama islam yaitu Al – Quran dan Sunnah. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kesadaran konsumen halal food suuply chain management terhadap minat beli konsumen. Metode yang digunakan adalah metode kualitatif dengan penyebaran Quisioner kepada responden. Sample yang digunakan yaitu mahasiswa UINSU. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Halal Supply management berpengaruh terhadap minat beli konsumen.

Kata Kunci : Halal Supply Chain Management, Minst Beli, UMKM

PENDAHULUAN

Di Indonesia, usaha mikro kecil menengah (UMKM) menjadi salah satu sektor dengan kontribusi terbesar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) yaitu mencapai 60 persen (Julaika, 2020) dan karena Indonesia memiliki kewajiban menjamin kehalalan produk, maka pelaku UMKM perlu melakukan penyesuaian dan persiapan terkait sertifikasi halal. Hal tersebut dilakukan agar pelaku UMKM mampu menjaga dan mempertahankan kehalalan produk mulai dari bahan mentah sampai pada konsumen akhir. Halal merupakan suatu keharusan bagi umat muslim sebagai suatu syarat pada setiap produk yang hendak dikonsumsi sehari-hari. Suatu makanan atau barang dinyatakan halal jika telah memenuhi syarat yangtelah ditetapkan oleh syariat Islam. Halal juga menjadi tolak ukur diterimanya rangkaian kegiatan ibadah seorang muslim kepada Allah. Baik halal cara memperolehnya, mengolahnya, mendistribusikannya, hingga pemanfaatannya sehingga produk tersebut dapat mendatangkan keridhaan Allah SWT bukan hanya mendahulukan keuntungan saja atau profit oriented. Karena mengkonsumsi produk yang jelas kehalalannya merupakan suatu

perintah Allah yang jelas termaktub dalam Al- Qur'an serta memiliki dampak bagi yang melalaikannya.

Di Sumatera Utara sendiri dalam mewujudkan halal food maka Forum Komunikasi Muslimah Indonesia (FKMI), optimis seluruh Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang dibina akan memperoleh sertifikasi halal ("FKMI Sumut Optimis UMKM Binaan 100 Persen Raih Sertifikat Halal," 2022). Berdasarkan gerakan ini maka di Sumatera Utara halal food sangat diperhatikan, ditandai dengan wali kota Medan yang meminta agar para UMKM Medan mencantumkan label halal pada produknya agar memberi kepastian kepada konsumen (Alamsyah, 2022). Kehalalan produk tidak hanya didasari dengan produk akhir yang dihasilkan, melainkan proses dari hulu hingga ke hilir apakah sudah sesuai dengan kriteria kehalalan yang telah ditetapkan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) atau perlu adanya perbaikan di masing – masing industri yang ada (Tian Nur Ma'rifat, Slamet Purwanto, 2017).

Konsumen harus sadar dan mengetahui akan pentingnya Halal Supply Chain Management, terutama mahasiswa yang berada atau bahkan sedang menempuh pendidikan di bangku perkuliahan UINSU, yang mayoritasnya adalah beragama islam. Namun terkadang ada banyak diantara mereka yang tanpa sadar mengkonsumsi makanan atau minuman yang kehalalannya masih diragukan. Mereka hanya melihat makanan yang telah disajikan saja, yang menurut mereka layak dikonsumsi dan halal. Padahal tidak semua yang tampak baik dan melalui proses Supply Chain yang halal dan sesuai dengan fatwa MUI.

Dari uraian diatas, maka penulis dapat merumuskan masalah yaitu : ***"Pengaruh Kesadaran Konsumen Halal Food Supply Chain Management Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada UMKM Makanan Sekitaran Kampus II UINSU"***

KAJIAN TEORI

1.1 Kesadaran Konsumen

Menurut Kunak dan Schiffman, kesadaran konsumen merupakan suatu hal yang mempelajari bagaimana individu, kelompok, maupun organisasi untuk memilih, membeli, menggunakan, dan membuang produk, jasa, gagasan atau pengalaman dalam rangka untuk memenuhi kebutuhan mereka. Pengetahuan konsumen adalah semua informasi yang dimiliki oleh konsumen mengenai berbagai macam suatu produk serta pengetahuan lainnya yang berkaitan dengan produk yang di konsumsi. Kesadaran konsumen memiliki beberapa informasi penting yang berkaitan dengan:

1. Pengetahuan konsumen terhadap produk yang dibeli oleh konsumen.
2. Pendidikan mengenai bahaya dan permasalahan yang terkait dengan produk.

Kesadaran konsumen merupakan suatu pemahaman yang dimiliki oleh konsumen potensial untuk menerima segala sesuatu berupa sebuah merek dan menanamkannya dalam pikiran mereka setiap kali menggunakan maupun mengkonsumsi produk tertentu. Kesadaran konsumen dapat juga diartikan sebagai sebuah perilaku setelah konsumen menerima atau mengetahui aktivitas dari perusahaan atau dengan kata lain adalah respons konsumen setelah mereka mengetahui bahwa sebuah perusahaan telah melakukan kegiatan yang mewujudkan sebuah tanggung jawab sosial. Konsumen yang memiliki tingkat kesadaran yang tinggi berarti ia memiliki tanggung jawab sosial. Jadi dapat diartikan bahwa perilaku konsumen yang bertanggung jawab secara sosial, "seseorang yang mendasarkan penerimaan, penggunaan, dan persediaan produknya pada keinginan untuk meminimalkan atau menghilangkan efek berbahaya dan untuk memaksimalkan dampak menguntungkan jangka panjang pada masyarakat". Salah satu bentuk tanggung jawab sosial adalah membeli, ketika konsumen menggunakan CSR sebagai kriteria Sehingga penting bagi suatu perusahaan untuk mengetahui apakah tanggung jawab sosial menjadi sebuah tujuan konsumen sehingga perusahaan tahu bagaimana hubungan dengan konsumen dapat diidentifikasi.

1.2 Halal Food SCM

Supply chain management merupakan sebuah integrasi dari bisnis proses dari seorang supplier awal yang kemudian menyediakan produk, jasa, dan informasi yang dapat menambahkan suatu nilai tambah kepada konsumen akhir. Supply chain merupakan aktivitas kunci yang sangat dapat mempengaruhi hasil akhir sebuah perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan yang mampu menerapkan sebuah supply chain yang baik pasti akan mendapatkan hasil yang maksimal. Menurut Heizer & Rander supply chain adalah sebuah kegiatan yang mengelola berbagai kegiatan dalam rangka mendapatkan bahan mentah menjadi barang setengah jadi maupun barang jadi, yang kemudian mengirimkan produk tersebut ke konsumen melalui system distribusi. Dan dapat diartikan bahwa, jika supply chain management sebagai sebuah jaringan antara bagian-bagian didalam sebuah perusahaan. Supply Chain Management adalah sebuah keseluruhan kegiatan rantai pasokan, yang dimana mulai dari bahan baku hingga ke pelanggan akhir. Manajemen rantai pasokan mencakup pemasok, perusahaan manufaktur atau penyedia jasa, distributor, grosir atau pengecer yang mengantarkan produk hingga ke konsumen akhir. Halal Supply Chain adalah sebuah proses halal dimana mulai dari sumber hingga mencapai ke pelanggan. Maka dari itu pentingnya untuk memperhatikan hal hal untuk mencapai sebuah halal demi meningkatkan minat beli konsumen. Singkatnya, kinerja rantai pasokan halal harus lebih efektif (untuk mengatasi kualitas proses serta untuk meminimalkan pemborosan), lebih efisien (sebagai penggunaan aset khusus yang tinggi) dan kuat (penolakan halal sedikit dan ketersediaan aset Halal tinggi). Supply chain management yang optimal harus memiliki kesesuaian yang strategis antara strategi perusahaan, kebijakan halal, tujuan rantai pasokan serta keselarasan antara karakteristik sebuah produk dan kebutuhan pasar dan. Dan halal food juga dapat diartikan merupakan sebuah makanan dan minuman yang diizinkan untuk dikonsumsi menurut islam, menurut jenis makanan maupun cara memperolehnya. Jadi dapat disimpulkan bahwa halal food SCM merupakan sebuah proses pengelolaan bahan mentah menjadi barang jadi berupa makanan maupun minuman yang halal serta diizinkan untuk mengkonsumsinya menurut ajaran islam dari mulai pembuatan sampai ke penyajian ke konsumen.

1.3 Minat Beli

Minat beli merupakan sebuah tingkah laku yang hadir sebagai tanggapan pada suatu objek yang menggambarkan kehendak maupun keinginan konsumen untuk memutuskan pembelian. Minat beli juga diartikan sesuatu hal yang berkaitan dengan sebuah rencana pembelian produk yang dilakukan oleh konsumen dan seberapa banyak produk yang diperlukan dan diinginkan oleh konsumen dalam waktu tertentu. Menurut Thomas dalam Fitri Yeni, minat beli merupakan tahap kecondongan konsumen untuk beraksi dalam hal memilih produk sebelum memutuskan untuk membeli. Adapun minat pembelian maupun pembelian aktual memiliki suatu perbedaan yang mendasar. Minat pembelian merupakan sebuah rencana yang disiapkan oleh konsumen untuk melakukan pembelian pada masa yang akan datang. Sedangkan Pembelian aktual merupakan salah satu kegiatan dimana seorang konsumen setuju untuk segera melakukan pembelian. Walaupun minat merupakan suatu rencana yang belum pasti dilakukan, maka akan tetapi pengukuran terhadap minat beli biasanya dilakukan untuk memaksimalkan suatu prediksi terhadap pembelian aktual itu sendiri.

1.4 UMKM

UMKM di Indonesia kini telah menjadi bagian terpenting dari sebuah sistem perekonomian di Indonesia. Karena hal ini UMKM merupakan unit-unit usaha yang lebih banyak jumlahnya dibandingkan usaha industri-industri berskala besar dan memiliki suatu keunggulan dalam menyerap ketenaga kerjaan lebih banyak dan juga mampu mempercepat suatu proses pemerataan sebagai bagian dari pembangunan. Usaha Mikro merupakan suatu usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang. Usaha Kecil ialah sebuah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang

kemudian dilakukan oleh orang perorangan atau sebuah badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, ataupun menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah ataupun Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dikuasai, dimiliki, maupun menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan jumlah kekayaan bersih atau dari hasil penjualan tahunan sebagaimana yang sudah diatur dalam Undang- Undang ini. Usaha Besar adalah usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh sebuah badan usaha dengan jumlah kekayaan bersih maupun dari suatu hasil penjualan tahunan yang lebih besar daripada Usaha Menengah, yang meliputi usaha nasional milik negara atau swasta, usaha patungan, dan usaha asing yang melakukan suatu kegiatan ekonomi di Indonesia. Kelemahan yang dihadapi oleh para pengusaha UMKM yaitu dalam meningkatkan kemampuan usaha yang sangat kompleks dan meliputi berbagai indikator yang dimana salah satu dengan yang lainnya saling berkaitan antara lain; kurangnya permodalan baik jumlah maupun sumbernya, kurangnya kemampuan manajerial dan keterampilan beroperasi dalam mengorganisir dan terbatasnya pemasaran.

METODE PENELITIAN

Penelitian merupakan suatu penyelidikan yang terorganisasi maupun suatu penyelidikan yang hati-hati dan kritis dalam mencari sebuah fakta untuk menentukan sesuatu. Jadi dapat diartikan bahwa penelitian adalah mencari sebuah pengetahuan dengan bertujuan untuk mengubah sebuah kesimpulan yang telah diterima secara umum maupun mengubah sebuah pendapat-pendapat dengan adanya aplikasi baru pada pendapat tersebut. Dalam hal ini penelitian yang dilakukan adalah dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dalam bentuk survei. Penelitian ini juga melibatkan suatu sampel responden yang digambarkan dari target populasi dalam pengumpulan sebuah informasi dan informasi tersebut diperoleh hanya pada waktu tertentu saja. Data yang digunakan untuk penelitian ini adalah data primer dan teknik yang digunakan yaitu untuk mengumpulkan data-data yang diambil dari responden melalui kuisisioner yang disebarakan secara *online* dari *google form*.

Kuisisioner merupakan sebuah pengumpulan data yang diperoleh melalui sejumlah daftar pertanyaan yang dilakukan peneliti yang disusun sistematis dalam satu kumpulan kepada responden yang dituju. Kuisisioner yang digunakan untuk pengumpulan data tersusun atas dua bagian, yaitu : bagian pertama mengenai data pribadi umum responden yang akan dijaga kerahasiannya. Bagian kedua adalah mengenai beberapa item pertanyaan yang dibuat oleh peneliti untuk responden yang berkaitan tentang pengaruh kesadaran konsumen halal *food supply chain management* terhadap minat beli konsumen. Operasionalisasi variabel dalam suatu penelitian dibuat dengan tujuan untuk memudahkan dalam penyusunan data ukur. Data yang diperlukan untuk variabel-variabel operasional harus berdasarkan kerangka konseptual yang dikembangkan.

HASIL PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kesadaran konsumen halal food supply chain management terhadap minat beli konsumen. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, terdapat sebanyak 34 responden yang terdiri dari 11 Laki laki (35,3%) dan 23 Perempuan (64,7%) dan data ini diambil dari hasil kuisisioner yang telah disebarakan secara online melalui *Google Form*.

Jenis Kelamin

34 jawaban

 Salin

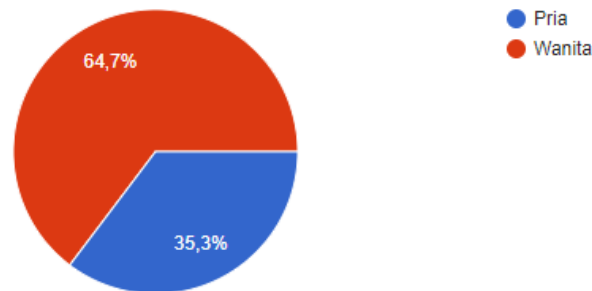


Diagram 1.1
Jenis Kelamin

Kemudian dari kusioner yang disebarakan oleh peneliti kepada konsumen melalui pertanyaan-pertanyaan yang diberikan didalamnya dapat dilihat berdasarkan dari diagram-diagram dibawah ini :

Apakah anda selalu memperhatikan halal supply chain management pada saat mengkonsumsi suatu produk ?

 Salin

34 jawaban

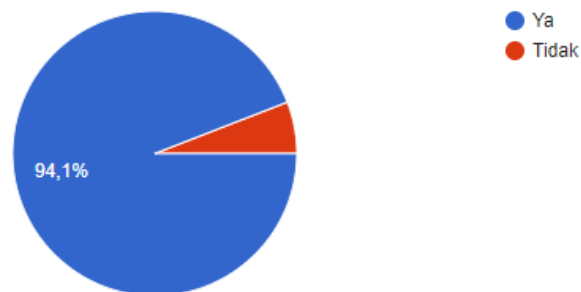


Diagram 1.2
Pertanyaan Pertama

Dari Diagram 1.2 diatas dapat lihat bahwa Sebanyak 94,1% (32 responden) mengatakan bahwa dalam minat beli terhadap suatu produk konsumen selalu memperhatikan halal food supply chain management terutama ketika mengkonsumsi produk. Dan 5,9% (2 responden) dalam mengkonsumsi suatu produk tidak memperhatikan halal food supply chain management. Jadi dapat disimpulkan bahwa dalam hal ini kebanyakan konsumen ketika mengkonsumsi suatu produk apalagi berupa makanan, mereka justru lebih teliti dalam memperhatikan kehalalan food supply chain management apalagi dalam minat beli mereka terhadap produk yang diinginkan.

Apakah anda yakin bahwa makanan yang berlabel halal telah melalui supply chain management ?

[Salin](#)

34 jawaban

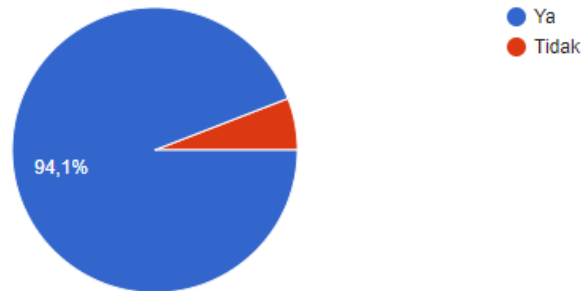


Diagram 1.3
Pertanyaan Kedua

Kemudian dari hasil data responden pertanyaan kedua yaitu 94,1%(32 responden) mengatakan bahwa konsumen yakin bahwa produk makanan yang mereka beli terjamin halalnya dan telah melalui supply chain management, dan 5,9%(2 reponden) tidak yakin terhadap produk makanan yang mereka beli terjamin halalnya dan tidak melalui supply chain management. Jadi dapat disimpulkan bahwa kebanyakan responden yakin dan percaya produk makanan yang mereka beli terjamin halalnya dan melalui suply chain management, akan tetapi ada juga yang responden yang tidak yakin terhadap produk makanan yang mereka beli terjamin kehalalannya.

Apakah label halal mempengaruhi anda untuk membeli produk tersebut ?

[Salin](#)

34 jawaban

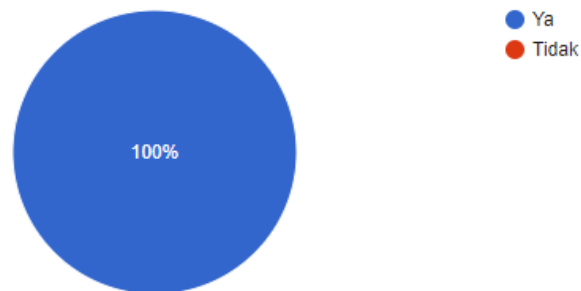


Diagram 1.4
Pertanyaan Ketiga

Selanjutnya dari hasil data pertanyaan ketiga dan berdasarkan diagram 1.4 yaitu mengatakan bahwa 100% responden ataupun semua reponden setuju dan yakin bahwasannya label kehalalan produk sangat berpengaruh dalam minat beli mereka terhadap produk.

Apakah dengan label halal di produknya membuat anda merasa percaya untuk mengkonsumsi produk tersebut ?

 Salin

34 jawaban

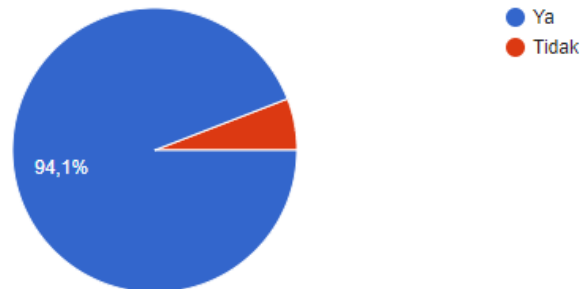


Diagram 1.5
Pertanyaan Keempat

Dari data yang diambil berdasarkan diagram diatas melalui pertanyaan keempat yaitu mengatakan 94,1% (32 responden) percaya bahwa label halal yang tertera diproduk makanan yang mereka beli dapat mereka konsumsi karena sudah terjamin kehalalannya, sedangkan 5,9% (2 responden) tidak percaya terhadap label produk makanan yang tertera di produk tersebut dan mereka tidak berani untuk mengkonsumsinya. Jadi dapat disimpulkan bahwasannya meskipun produk yang sudah berlabel halal tidak berarti menjamin kehalalannya dan tidak dapat dikonsumsi bagi sebagian responden, akan tetapi terdapat banyak responden juga yang percaya dan yakin terhadap produk makanan yang sudah berlabel dan dapat dikonsumsi.

Apakah dengan proses halal supply chain management membuat anda lebih memilih mengkonsumsi produk tersebut dibanding produk yang lain ?

 Salin

34 jawaban

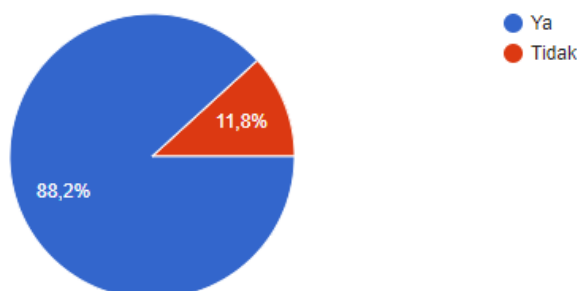


Diagram 1.6
Pertanyaan Kelima

Dan dari data terakhir melalui pertanyaan kelima berdasarkan diagram diatas yaitu 88,2% (30 responden) mengatakan bahwa konsumen tetap yakin membeli produk makanan yang sudah berlabel halal dan telah melalui proses supply chain management untuk mereka konsumsi dan tidak berpaling ke produk lain, sedangkan 11,8% (2 responden) mengatakan bahwa meskipun produk makanan yang mereka beli sudah melalui proses halal supply chain management, mereka tetap

membeli produk mengkonsumsinya. Jadi dapat ditarik kesimpulan bahwa meskipun produk-produk makanan yang sudah melalui proses halal supply chain management tidak membuat sedikit responden untuk membeli produk lain dan megkonsumsinya, akan tetapi kebanyakan konsumen tetap memilih dengan produk makanan yang sudah melalui proses halal supply chain management dan tidak memilih produk lainnya.

KESIMPULAN

Dari hasil penelitian yang dilakukan maka dapat disimpulkan :

1. Dari 34 responden yang mengisi Quisioner, dapat dilihat bahwa sebanyak 64,7% (23 Responden) berjenis kelamin perempuan dan sebanyak 35,3% (11 responden) berjenis kelamin laki laki.
2. Dari 34 responden Sebanyak 94,1% (32 responden) mengatakan bahwa dalam minat beli terhadap suatu produk konsumen selalu memperhatikan halal food supply chain management terutama ketika mengkonsumsi produk. Dan 5,9% (2 responden) dalam mengkonsumsi suatu produk tidak memperhatikan halal food supply chain management.
3. Sebanyak 94,1%(32 responden) mengatakan bahwa konsumen yakin bahwa produk makanan yang mereka beli terjamin halalnya dan telah melalui supply chain management, dan 5,9%(2 reponden) tidak yakin terhadap produk makanan yang mereka beli terjamin halalnya dan tidak melalui supply chain management.
4. Dalam pertanyaan ketiga, sebanyak 100% responden ataupun semua reponden setuju dan yakin bahwasannya label kehalalan produk sangat berpengaruh dalam minat beli mereka terhadap produk.
5. Sebanyak 94,1% (32 responden) percaya bahwa label halal yang tertera diproduk makanan yang mereka beli dapat mereka konsumsi karena sudah terjamin kehalalannya, sedangkan 5,9% (2 responden) tidak percaya terhadap label produk makanan yang tertera di produk tersebut dan mereka tidak berani untuk mengkonsumsinya.
6. Sebanyak 88,2% (30 responden) mengatakan bahwa konsumen tetap yakin membeli produk makanan yang sudah berlabel halal dan telah melalui proses supply chain management untuk mereka konsumsi dan tidak berpaling ke produk lain, sedangkan 11,8% (2 responden) mengatakan bahwa meskipun produk makanan yang mereka beli sudah melalui proses halal supply chain management, mereka tetap membeli produk mengkonsumsinya.

SARAN

Sebagai konsumen yang teliti, sebaiknya harus memperhatikan kehalalan suatu produk tak hanya dari label halalnya saja, namun harus memperhatikan mulai dari proses perolehan bahan baku sampai proses produksi. Semoga UMKM khususnya disekitaran Kampus II Uinsu Pancing lebih memperhatikan kehalalan produknya, baik dari segi proses pembuatan sampai dengan proses perolehan bahan baku.

DAFTAR PUSTAKA

- Hamdani, Ahmad, dkk. 2021. *Pengaruh Kesadaran Halal dan Sertifikat Halal Terhadap Minat Beli Produk Kentucky Fried Chicken (KFC). Jurnal Al-Buhuts*, 17(2), 198-212.
- Permatasari, Karina, dkk. 2021. *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Produk Makanan Halal di Surabaya. Jurnal CALYPTRA*. 9(2).

- Fitrianingrum, Agustina, Fadilla Dwi Aruny. 2021. *Analisis Pengaruh Attitude Toward Halal Food Sebagai Variabel Mediasi Terhadap Penerimaan Makanan Halal Instan Jepang Di Kota Batam*. *Jurnal COMBINES*, 1(1).
- Kusumastuti, Dani. 2020. *Minat Beli Produk Halal Di Indonesia, Studi Pemetaan Sistematis*. *Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 2(2).
- Salsabila, Atika, Hana Catur Wahyuni. 2021. *Pengaruh Halal, Keamanan Pangan Dan Kualitas Terhadap Keputusan Membeli Mahasiswa Dengan Metode Structural Equation Modeling (SEM)*. *Jurnal Proxima*, 5(2), 50-60.
- Savitri, Niken Anggraini, Rizki Revianto Putra. 2022. *Sosialisasi Sistem Jaminan Halal Bagi Pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)*. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(2).
- Muslim, Erlinda, Dyah Rusty Indriani. 2014. *Analisis Pengaruh Eco-Label terhadap Kesadaran Konsumen untuk Membeli Green Product*. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 13(1).
- K, Daniel Iman, dkk. 2015. *Pengaruh Pemasaran Melalui Media Sosial Terhadap Kesadaran Konsumen Pada Produk Internasional (Studi pada Pengguna Produk Uniqlo di Indonesia)*. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 24(1).
- Handayani, Naniek Utami, dkk. 2018. *Faktor Penentu Kesadaran Konsumen Dalam Pembelian Produk Kertas Bertanda ECO-LABEL*. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 8(3), 477-503.