

Analisis Penerapan Halal Supply Chain Management Terhadap Tingkat Kesadaran Masyarakat Dalam Penggunaan Produk Kosmetik Wardah

Revika Viola Azzahara¹, Deby Nofriansyah², Siti Aisyah³

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Fakultas Ekonomi Bisnis Islam, Jurusan Manajemen
Revikaviolaazzahara@gmail.com¹, debynofriansyah171101@gmail.com², siti.aisyah@uinsu.ac.id³

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami, mengamati dan mendeskripsikan penerapan konsep manajemen rantai pasok halal di Indonesia khususnya pada kosmetik lokal, serta untuk mengetahui tingkat kesadaran masyarakat Indonesia tentang penggunaan produk halal. Pentingnya rantai pasok halal merupakan kebutuhan dan kewajiban seorang muslim sebagai wujud syariat seorang muslim sebagai hamba Tuhannya. Oleh karena itu, sangat penting untuk menerapkan rantai pasok halal di Indonesia, apalagi Indonesia merupakan salah satu negara dengan mayoritas penduduk muslim. Dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif yang pengumpulan datanya dilakukan dari dokumentasi, studi kepustakaan, dan web resmi yang terkait dalam penelitian. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada beberapa hal yang diterapkan PT Paragon Technology & Innovation (PTI) yang menaungi brand Wardah yang tentunya karena ketetapannya dari hulu menuju hilir yang sesuai dengan syariat islam serta beberapa faktor seperti Kandungan yang ada dalam produk, manfaat yang didapatkan, brand ambassador yang terpercaya, melakukan sertifikasi halal dan memenuhi syarat sehingga mendapatkan label halal, tren produk halal, pengaruh pribadi, sosial dan banyak hal. Sehingga dapat memberikan pertimbangan kepada masyarakat untuk tetap memilih produk halal dan meningkatkan kesadaran masyarakat khususnya muslim bahwa menggunakan dan mengkonsumsi suatu produk yang halal sangat dianjurkan dalam islam.

Kata Kunci: Halal Supply Chain, Tingkat Kesadaran, Kosmetik Wardah

Abstrack

The purpose of this study is to understand, observe and describe the application of the concept of halal supply chain management in Indonesia, especially in local cosmetics, as well as to determine the level of awareness of the Indonesian people about the use of halal products. The importance of the halal supply chain is the need and obligation of a Muslim as a manifestation of the Shari'a of a Muslim as a servant of God. Therefore, it is very important to implement a halal supply chain in Indonesia, especially since Indonesia is one of the countries with a majority Muslim population. In this study, using a qualitative method with a descriptive approach where data was collected from documentation, literature studies, and official websites related to the research. The results of this study indicate that there are several things that are implemented by PT Paragon Technology & Innovation (PTI) which oversees the Wardah brand which of course is due to its provisions from upstream to downstream in accordance with Islamic law and several factors such as the content in the product, the benefits obtained, a trusted brand ambassador, performs halal certification and is qualified to get a halal label, halal product trends, personal influence, social and many things. So that it can give consideration to

the public to continue to choose halal products and increase public awareness, especially Muslims, that using and consuming a halal product is highly recommended in Islam.

Keyword: Halal Supply Chain, Awareness Level, Wardah Cosmetics

PENDAHULUAN

Di Indonesia, perkembangan teknologi saat ini sangat membantu para pengusaha. Dalam proses pemenuhan kebutuhan konsumen, pengusaha perlu menciptakan produk yang memuaskan dan membuat konsumen nyaman. Halal Supply Chain Management / Halal Supply Chain kini menjadi bisnis baru yang menarik perhatian industri global. Hal ini menarik tidak hanya praktisi di industri makanan untuk mempraktikkan dan menganut konsep halal, tetapi juga para sarjana dan peneliti dari industri lain seperti kosmetik, obat-obatan, produk kesehatan, pariwisata dan perhotelan, serta universitas.

Halal adalah suatu kewajiban bagi umat muslim, karena merupakan salah satu syariat yang harus dimiliki setiap produk yang ingin dikonsumsi umat muslim setiap hari. Setiap makanan atau barang yang memenuhi syarat-syarat yang telah ditetapkan dalam hukum Islam dinyatakan halal. Halal sendiri juga merupakan standar di mana umat muslim melaksanakan perintah Allah dalam rangkaian kegiatan ibadah mereka di kehidupan sehari-hari. Halal yang dimaksud disini adalah dari bagaimana cara produk diperoleh, diproses, didistribusikan dan digunakan yang demikian pula tidak hanya mendatangkan keuntungan atau profit, tetapi juga keridhaan Allah SWT bagi kita serta pastinya sesuai dengan syariat. Mengonsumsi produk yang halal dinyatakan dengan jelas dalam Al-Qur'an sebagai perintah Allah, dan akan menimbulkan dampak bagi mereka yang mengabaikannya.

Produk lokal menjadi salah satu produk yang patut diikuti, karena brand lokal semakin diminati, terbukti dengan munculnya produk-produk baru. Citra merek yang positif dapat dibangun dengan mengembangkan rencana pemasaran yang kuat untuk produk yang unik dan menawarkan keunggulan yang signifikan dibandingkan yang lain (Sunarti et al., 2019). Kosmetik merek lokal masih menjadi raja di negeri sendiri. Makanan halal menjadi penting dalam pemasaran Indonesia karena konsumen saat ini memperhatikan label halal pada produk yang diperdagangkan di pasar (Widiyaningrum, 2016). Didirikan pada tahun 1985, PT Paragon Technology Innovative (PTI) memiliki sejumlah merek kecantikan, salah satunya Wardah, pelopor dalam menciptakan produk kecantikan bersertifikat Halal.

Allah menyebutkan kewajiban mengonsumsi yang halal dalam Al-Qur'an Surah Al-Baqarah (2): 168 berikut ini:

يٰۤاَيُّهَا النَّاسُ كُلُوْا مِمَّا فِى الْاَرْضِ حَلٰلًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوْا خُطُوٰتِ
الشَّيْطٰنِ ۗ اِنَّهٗ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِيْنٌ ﴿١٦٨﴾

Yang artinya: "Hai Manusia, makanlah dari apa yang terdapat di bumi, yang halal dan yang thoyyib. Dan janganlah kamu menuruti jejak setan (yang suka melanggar atau melampaui batas). Sesungguhnya setan itu adalah musuh kamu yang nyata."

Ayat diatas menyerukan tentang kewajiban memakan makanan halal bagi seluruh manusia, bukan hanya umat Islam namun manusia secara keseluruhan karena komoditas halal tidak hanya digunakan oleh masyarakat yang beragama Islam tetapi juga dipakai oleh masyarakat luas yang peduli akan pentingnya menggunakan produk yang halal. Salah satu indikator tersedianya produk halal tersebut yaitu dengan melakukan rangkaian proses sertifikasi yang ketat dan terstandar berdasarkan Undang-undang Jaminan Produk Halal (UU JPH) yang sehingga terjamin seluruh rangkaian produksinya mulai dari hulu ke hilir.

Jadi, berdasarkan latar belakang diatas maka menimbulkan beberapa pemikiran permasalahan yaitu, apakah penerapan yang dilakukan pada produk kosmetik Wardah sehingga menjadi produk halal supply chain management dan apakah para masyarakat memperhatikan

kehalalan dari produk kosmetik yang digunakan, sehingga memiliki tingkat kesadaran untuk menggunakan produk rantai pasokan halal.

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan kepada masyarakat bagaimana penerapan produk kosmetik wardah dalam rantai pasokan halal dan bagaimana tingkat kesadaran masyarakat sendiri dalam menggunakan dan mempertimbangkan kehalalan dan faktor-faktor utama dalam pemilihan produk. Maka dari itu, judul yang diangkat dalam penelitian ini berupa: "Analisis Penerapan Halal Supply Chain Management Terhadap Tingkat Kesadaran Masyarakat Dalam Penggunaan Produk Kosmetik Wardah".

STUDI LITERATUR

Halal Supply Chain Management

Bahrudin Ilyas & Desa (2011) menggambarkan halal supply chain management sebagai "proses pengelolaan pengadaan, pergerakan, penyimpanan dan penanganan bahan, suku cadang, ternak dan pasokan barang setengah jadi, makanan dan non-makanan serta informasi dan dokumen terkait yang mengalir melalui organisasi. Konsisten dengan prinsip-prinsip umum hukum Syariah". (Lunging et al. 2008), "Sistem manajemen halal memerlukan kegiatan pengendalian dan kegiatan jaminan dalam proses logistik komersial." Sedangkan menurut Tieman (2011), dasar halal SCM ditentukan oleh tiga faktor, yaitu: tempat suci (larangan), risiko polusi dan persepsi konsumen Muslim. Dalam model tersebut, risiko didasarkan pada karakteristik produk, seperti produk basah dan kering serta produk curah. Konsep didasarkan pada persyaratan seperti sekolah pemikiran Islam, fatwa lokal dan adat istiadat setempat.

Dengan tercapainya koordinasi dari rantai supply perusahaan, maka tiap channel dari rantai supply perusahaan tidak akan mengalami kekurangan barang juga tidak kelebihan barang terlalu banyak. Menurut Indrajit dan Djokopranoto (2003) dalam supply chain ada beberapa pemain utama yang merupakan perusahaan-perusahaan yang mempunyai kepentingan didalam arus barang, para pemain utama itu adalah:

- Supplier
- Manufacturer
- Distributor / wholesaler
- Retail outlets

Menurut penelitian Talib, Hamid, dan Zulfakar (2015), kunci sukses untuk implementasi halal supply chain management adalah sebagai berikut:

- Dukungan pemerintah, berupa komitmen bersama.
- Aset khusus, misalnya armada khusus selama operasi transportasi dengan prinsip efisiensi namun kualitas tetap terjaga.
- Teknologi informasi, mengintegrasikan teknologi untuk pertukaran informasi selama proses tracking dan tracing guna pengukuran kinerja
- operasi dan pengawasan.
- Sumber daya manusia, memberikan edukasi berupa pelatihan guna lebih
- memperdalam pemahaman konsep dan terapannya.
- Hubungan yang kolaboratif secara vertikal dan horizontal, berupa kepercayaan, transparansi, keterbukaan informasi antar pihak dalam rantai pasok guna meningkatkan efektivitas dan efisiensi bersama.
- Sertifikasi halal, pembuatan standar dan pedoman halal.

Tingkat Kesadaran

Menurut Maramis (1999) bentuk-bentuk kesadarannya, yaitu: kesadaran normal, kesadaran menurun, kesadaran meninggi kesadaran waktu tidur, kesadaran waktu mimpi kesadaran waktu disosiasi, trance, hipnotis, dan kesadaran yang terganggu. Tingkat menurunnya kesadaran:

- Amnesia, menurunnya kesadaran ditandai dengan hilangnya ingatan atau lupa tentang suatu kejadian tertentu.

- Apatis, menurunnya kesadaran ditandai dengan acuh tak acuh terhadap stimulus yang masuk (mulai mengantuk)
- Somnolensi, menurunnya kesadaran ditandai dengan mengantuk (rasa malas, dan ingin tidur)
- Sopor, menurunnya kesadaran ditandai dengan hilangnya ingatan, orientasi dan pertimbangan
- Subkoma dan koma, menurunnya kesadaran ditandai dengan tidak ada respon terhadap rangsang yang keras,

Sertifikasi Halal

Saat ini, ada sekitar 122 lembaga dan lembaga sertifikasi halal yang terdiri dari pemerintah, organisasi non-pemerintah, masjid lokal atau masyarakat Islam (IHIA, 2011). Sertifikasi halal adalah bukti bahwa produk tersebut mematuhi prosedur pembuatan halal dan memberikan jaminan kepada konsumen bahwa produk tersebut aman untuk dikonsumsi oleh Muslim. Sertifikasi halal adalah dalam bentuk logo Halal asli atau sertifikat resmi. Selain itu, logo Halal sangat penting dalam keputusan pembelian konsumen, baik untuk Muslim dan non-Muslim (Rezai et al., 2012; Aziz dan Chok, 2013 dan Marzuki et al., 2012)

Sertifikasi halal merupakan proses pemberian halal secara resmi terhadap suatu produk. Setiap Negara memiliki otoritas yang berwenang dalam memberikan sertifikasi halal terhadap suatu produk, seperti MUI melalui lembaga LPPOM di Indonesia dan JAKIM di Malaysia. MUI sendiri telah mengakui total 42 badan sertifikasi halal yang berada di 23 negara. Hal tersebut mengartikan bahwa badan sertifikasi tersebut memiliki standar yang sama dengan standar yang dimiliki oleh MUI. Lembaga-lembaga standarisasi tersebut antara lain (www.cnnindonesia.com).

- Majelis Uagama Islam Singapore
- Jabatan Kemajuan Islam Malaysia (JAKIM)
- Office Muslim Affair (OMA) Filipina
- The Central Islamic Committee of Thailand (CICOT)
- Halal Food Authority (HFA) Inggris
- Halal Quality Control Belanda

Kosmetik Halal

Setiap produk yang diizinkan untuk dikonsumsi berdasarkan hukum Islam atau Syariah, seperti daging merah, unggas, makanan mentah, kosmetik, farmasi, hotel, asuransi, keuangan, perbankan, pariwisata, rantai pasokan, dll. (Norafni Farlina Rahim, 2013).

Pengembangan produk halal seperti kosmetik halal membutuhkan kerja sama dan tanggung jawab seluruh rantai pasok; dan penggunaan ketertelusuran kebijakan. Sistem halal dapat membantu menyediakan produk kosmetik halal berkualitas tinggi dengan mengontrol pemilihan bahan baku pengecer, proses produksi, penyimpanan, distribusi dan/atau pemesanan produk; namun, harus dicatat bahwa jika kepercayaan konsumen ditangkap oleh manfaat produk, dan tren untuk mencari produk tersebut di pasar meningkat, maka pengembangan kosmetik halal di pasar syariah akan terwujud.

Dalam lingkup rantai pasok kosmetik, terdapat kendala pembelajaran, terutama di sektor halal. Menurut Syariah (Syariah), industri kosmetik halal harus memenuhi kebutuhan dasar produk kosmetik halal di semua tahap rantai pasokan kosmetik, termasuk penerimaan, persiapan, pemrosesan, penyimpanan dan pengemasan, pelabelan, kontrol, transfer, transportasi, dan distribusi. Dari sudut pandang Islam, produk kebersihan dan kebersihan memilih rantai pasokan yang terintegrasi. Selain itu, konsep manajemen yang efektif dalam produksi kosmetik halal memerlukan tiga kegiatan pendukung, program jaminan kualitas dan pengendalian dan pengembangan kualitas.

METODE

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode kualitatif dan deskriptif atau menjelaskan fenomena atau fakta dari temuan penelitian sebelumnya. Sumber data berasal dari data sekunder yang dikumpulkan melalui penelitian kepustakaan dan mengunjungi beberapa situs resmi yang terkait dengan penelitian. Surakhmad (1989) menjelaskan bahwa tujuan penelitian kualitatif deskriptif adalah

untuk menggambarkan secara sistematis dan rasional keadaan-keadaan yang fenomenal. Penelitian kepustakaan sendiri akan mengkaji atau mengkaji berbagai gagasan atau temuan yang terdapat dalam karya sastra dan merumuskan kontribusi teoretis dan metodologis terhadap suatu topik tertentu.

Dalam penelitian ini, peneliti berfokus pada penerapan rantai pasokan halal yang diterapkan produk wardah dan seberapa besar pula tingkat kesadaran masyarakat Indonesia terhadap kepedulian untuk menggunakan produk kosmetik halal.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebagai peolopor merek kosmetik halal di Indonesia, Wardah kembali hadir dengan kampanye bertajuk 'Halal Dari Awal'. Kampanye ini, kini berlanjut dengan memperkenalkan pabrik PT Paragon Technology & Innovation (PTI) yang menaungi brand Wardah. Mungkin banyak yang mengira jika merek Wardah baru hadir di tahun 2000-an, seiring berkembangnya tren hijabers di Indonesia. Padahal, Wardah sudah muncul sejak tahun 1995, dan mendapat sertifikat halal dari MUI di tahun 1998. Berawal dari usaha rumahan, yang menjajakan produknya door to door hingga melalui sistem MLM, secara perlahan Wardah yang dikelola oleh Nurhayati Subakat, terus tumbuh hingga menjadi salah satu perusahaan multinasional dan berada di bawah naungan PT Paragon Technology and Innovation (PTI).

Keunggulan produk Wardah Cosmetics Berikut beberapa keunggulan Wardah Cosmetics dibandingkan dengan produk lainnya :

- Wardah Cosmetic berkomitmen puluhan tahun untuk selalu mengedepankan kualitas dalam mendukung wanita tampil cantik sesuai karakternya masing-masing.
- Setiap penciptaan kosmetik dan perawatan kulit Wardah adalah hasil dari proses berteknologi modern di bawah pengawasan ahli serta dokter kulit.
- Produk Wardah mengandung bahan baku yang aman dan halal, diciptakan untuk kenyamanan dan ketenangan wanita yang menggunakannya.
- Sebelum product launching, adalah sebuah keharusan untuk Wardah mengadakan blind test agar produk yang dihasilkan benar-benar berkualitas dan aman. Karena keamanan konsumen menjadi prioritas utama dan satu unsur yang tidak bisa diganggu gugat Produk Wardah.

Permintaan dan kebutuhan produk halal merupakan salah satu faktor munculnya dan diterapkan suatu kosmetik halal yang bermerk wardah. Selain untuk memenuhi tuntutan syariat agama, juga telah menjadi budaya bagi masyarakat muslim di berbagai belahan dunia. Salah satu alasan mengkonsumsi produk halal, selain karena aspek higienitas adalah pemenuhan syariat Islam. Berdasarkan data Sensus Penduduk Indonesia tahun 2010, penduduk Indonesia yang memeluk agama Islam tercatat sekitar 88 persen dari total penduduk Indonesia. Jumlah dan proporsi ini di prediksi akan terus meningkat dalam beberapa tahun ke depan. Dan mayoritas penduduk muslim secara ekonomi berada pada level middle class, yang pada akhir-akhir ini sedang meningkat daya belinya. Kalangan menengah inilah yang diyakini akan membawa perubahan besar di negeri ini. Mereka telah selesai dan terpenuhi kebutuhan primernya. Namun akan terus mencari cara untuk memenuhi kebutuhan lainnya, yakni kebutuhan berekspresi dan kebutuhan pemenuhan spiritualitas.

Ekonomi syariah dapat menjadi jawaban atas kebutuhan tersebut. Ekonomi syariah yang dibangun di atas sistem ekonomi yang bersumber dari ajaran Islam, diyakini lebih membawa keadilan ekonomi. Ia dapat menjadi pilihan kelas menengah tersebut karena diyakini dapat menjawab kebutuhan berekspresi dalam berekonomi juga dapat menjawab sisi kebutuhan spiritualnya (Amin: 2017). Umat muslim lebih peduli dengan halal dari apa yang mereka makan atau apa yang mereka gunakan daripada halal dari produk keuangan yang mereka gunakan (Shaukat: 2017).

Sebagai contoh di negara Rusia. pengakuan terhadap produk halal telah melampaui batas pengakuan dan sekarang disukai oleh semua orang yang menjalani gaya hidup sehat dan memilih barang halal karena kualitasnya yang tinggi (Halal Globe : 2018). Di Eropa pasar muslim atau "pasar halal" sedang mengalami ekspansi yang luar biasa, yang mana hal ini mendorong banyak peneliti dan akademisi untuk terlibat dan menyesuaikan aturan pemasaran Islam yang sesuai dengan realitas kehidupan di Barat (Ameur: 2011). Pasar halal di London, sebagian besar belum tersentuh karena

sangat sedikit merek perusahaan global yang telah menemukan kunci untuk benar-benar beresonansi dengan konsumen yang menuntut aturan keterlibatan yang sangat berbeda. Kaum muda, misalnya, mendorong permintaan akan produk kecantikan halal yang sesuai dengan gaya hidup dan keyakinan mereka (Le Monle : 2017).

Meningkatnya preferensi masyarakat secara umum terhadap produk halal, menjadikan keragaman produk halal yang beredar di pasaran juga semakin beragam, demikian dengan derivatif produknya. Keragaman produk halal tidak lain untuk memenuhi permintaan akan produk yang semakin hari semakin tinggi, sebagaimana yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa dua faktor utama pendorong akan permintaan produk halal adalah kebutuhan akan pemenuhan syariat Islam dalam perilaku ekonomi dan peningkatan pendapatan masyarakat muslim.

Indonesia dengan penduduk mayoritas adalah muslim, tentu kebutuhan akan keragaman produk halal terbilang tinggi. Begitu juga dengan penduduk muslim dunia, bila dilihat dari kuantitas yang ada, menunjukkan bahwa penduduk Islam diseluruh dunia saat ini diperkirakan berjumlah dua triliun. Tersebar keseluruh benua seperti Asia, 805 juta, Timur Tengah, 210 juta, Afrika, 300 juta, Eropa 18 juta dan Amerika Utara, 8 juta orang. Dan diperkirakan akan terus tumbuh 3.5% per tahunnya. Industri makanan halal mampu memberi keuntungan yang luar biasa (Yaakob dan Mariam 2002). Sektor kosmetik Indonesia juga sudah ada Wardah yang menjadikan halal sebagai jargon utamanya dalam meraih pangsa pasarnya dengan didukung oleh halal fashion melalui jargon hijaber bagi endorsernya. Karena gaya hidup berpakaian yang baik dapat mendukung kehidupan sosial yang harmonis (Yani: 2016).

Hal tersebutlah yang tentu saja menjadi standar seorang muslim untuk menggunakan produk yang lambatlaun menjadi suatu kebiasaan bagi banyak masyarakat di Indonesia dan luar negeri, tingkat kesadaran masyarakat dapat disadari dari bagaimana produksi, distribusi, pengiriman, pelayanan, dan artis yang menjadi brand ambassador produk tersebut sangat menjadi daya tarik masyarakat.

KESIMPULAN

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa halal supply chain managemet yang telah diterapkan dalam suatu produk terutama pada produk kosmetik wardah sangat memberikan pengaruh yang positif kepada masyarakat Indonesia. Hal ini jelas kita ketahui dikarenakan pengaruh yang berasal dari beberapa faktor, yaitu seperti: Kandungan yang ada dalam produk, manfaat yang didapatkan, brand ambassador yang terpercaya, melakukan sertifikasi halal dan memenuhi syarat sehingga mendapatkan label halal, tren produk halal, pengaruh pribadi, sosial dan banyak hal. Sehingga dapat memberikan pertimbangan kepada masyarakat untuk tetap memilih produk halal dan meningkatkan kesadaran masyarakat khususnya muslim bahwa menggunakan dan mengkonsumsi suatu produk yang halal sangat dianjurkan dalam islam. Penerapan produk wardah juga menjadi salah satu faktor kesadaran masyarakat dikarenakan mulai dari hulu hingga hilir nya yang tetap produktif dan sesuai syariat.

SARAN

Saran dari peneliti dapat berupa;

- Kepada PT. Paragon Technology and Innovation yang mengeluarkan produk wardah untuk meningkatkan kosmetik halal lainnya serta mengadakan sosialisasi dan informasi dari Wardah kosmetik untuk mendorong tingkat kesadaran konsumen terhadap produk halal dan berkualitas yang aman digunakan oleh konsumen termasuk pelajar
- Kepada peneliti selanjutnya, sebaiknya tidak hanya menggunakan metode Literature research (studi kepustakaan) dan melihat web resmi. Tetapi juga menggunakan metode kuisisioner dan menyebarkannya kepada masyarakat luas serta memperbanyak referensi yang lebih baik dan lebih lengkap.

REFERENSI

- A. Latif, Misno, 2000, Teknik Analisis Data Kuantitatif, Makalah diklat Action Research Mahasiswa STAIN Jember.
- Ab Talib Mohamed Syazwan dkk. "Halal supply chain critical success factors: a literature review" *Journal of Islamic Marketing* Vol. 6 No. 1, 2015.
- Ab Talib Mohamed Syazwan dkk. (2014) "Halal logistics in Malaysia: a SWOT analysis" *Journal of Islamic Marketing* Vol. 5 No. 3, pp 329-332.
- Annisa Kusumawati, M.M. (2018, setember 29) halal supply chain managemet" Retrieved from ppm-manajemen.ac.id: <https://ppm-manajemen.ac.id/blog/artikel-manajemen-18/post/halal-supply-chain-1344>
- Arikunto, Suharsimi, 1993, Manajemen Penelitian, Jakarta: Rineka Cipta.
- Bonne, K., and W. Verbeke. "Religious values informing Halal meat production and the control and delivery of Halal credence quality." *Agriculture and Human Values* Vol 25, 2008: 35-47.
- B POM RI. Peraturan Kepala Badan Pengawas Obat dan Makanan Republi Indonesia Nomor HK.00.05.42.1018 tentang Bahan Kosmetik. Jakarta: B POM RI, 2014
- Bahrudin, S.S.M., Illyas, M.I. and Desa, M.I. (2011), "Tracking and tracing technology for halal product integrity over the supply chain", *International Conference on Electrical Engineering and Informatics (ICEEI)*, Bandung, pp. 1-7.
- Charity, may lim. (2017). Jaminan Produk Halal di Indonesia (Halal Product Guarantee in Indonesia). *Jurnal Legislasi Indonesia*, Vol 14 No 01 Maret Departemen Agama RI. 2008. Panduan Sertifikasi Halal, Direktorat Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam dan Penyelenggaraan Haji, Jakarta.
- Fahrudin, A. R. (2019). Implementasi Pengelolaan Makanan Halal Di Indonesia (Studi Analisis UU Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal). *At-Tasharruf" Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Syariah"*, 1(1), 37- 46.
- Faticha Ghevi (04 oktober 2018) "Tingkat Kesadaran Dan Ketidaksadaran Manusia" Retrieved from: http://fatichaghevi.blogspot.com/2013/12/tingkat-kesadaran-dan-ketidaksadaran_16.html
- Fithriana dkk, (2018). Implementasi Kebijakan Pangan Halal Indonesia: Keunggulan Kompetitif Dalam Tren Pangan Halal di Asia Tenggara. *Global Insight Jurnal*. Vol 3 No 02 April- September.
- Khan, M, I., Haleem, A., dan Khan, S. (2018). Defining Halal Supply Chain Management. *Supply Chain Forum: An International Journal*. <https://doi.org/10.1080/16258312.2018.1476776>.
- Peraturan Presiden No. 28 Tahun 2020 Tentang KNEKS.
- Rohaeni, Yeni dkk. (2020). Pengembangan Model Konseptual Manajemen Rantai Pasok Halal.
- Rusdyanha (2018) "Manajemen Rantai Pasokan/ SCM" *Macropedia* Didapat dari: <https://www.rusdyanha.com/2016/12/makalah-supply-chain-management-scm.html>
- Studi Kasus Indonesia. *Jurnal Jati Undip, Teknik Industri* Vol. 15 No. 03 September 2020. Sholeh, Asrorun Ni'am. (2015) Halal Jadi Tren Global GATRA Edisi 29 Juli Sopa. 2013.
- Sertifikasi Halal Majelis Ulama Indonesia: Studi Atas Fatwa Halal
- Warto & Samsuri. (2020). Sertifikasi Halal dan Implikasinya Bagi Bisnis Produk Halal di Indonesia. *Journal of Islamic Economis and Banking*. 2(1), 99 112.
- Waskito, D. (2015). Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Produk Makanan Halal. Thesis. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.