

OPTIMALISASI KINERJA LOGISTIK DAN SUPPLY CHAIN HALAL UNTUK MENINGKATKAN KEPERCAYAAN KONSUMEN MUSLIM

Hilma Kamila *¹
Nafisatun Nikmah ²
Sri Mardiyani Suryana ³
Lina Marlina ⁴

^{1,2,3,4} Universitas Siliwangi

*e-mail: 231002154@student.unsil.ac.id¹, 231002159@student.unsil.ac.id²,
231002161@student.unsil.ac.id³, linamarlina@gmail.com⁴

Abstrak

Pasar halal terus mengalami pertumbuhan signifikan seiring meningkatnya kesadaran konsumen Muslim terhadap kehalalan produk, tidak hanya pada bahan baku, tetapi juga seluruh proses produksi, distribusi, dan logistik. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi kinerja logistik dan supply chain halal serta merumuskan strategi optimalisasi untuk meningkatkan kepercayaan konsumen Muslim. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan studi literatur dan pendekatan historis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan *halal supply chain management* (HSCM) yang efektif mencakup aspek traceability, sertifikasi halal, pemisahan produk halal dan non-halal, serta pemanfaatan teknologi seperti IoT dan RFID untuk menjaga integritas halal. Selain itu, faktor sumber daya manusia, infrastruktur, dan regulasi berperan penting dalam mendukung kinerja rantai pasok halal. Optimalisasi supply chain melalui model efisiensi, lean supply chain, dan agile supply chain terbukti meningkatkan efektivitas operasional serta memperkuat kepercayaan konsumen. Kesimpulan penelitian menegaskan bahwa keberhasilan logistik dan supply chain halal tidak hanya meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen, tetapi juga memberikan keunggulan kompetitif dan memperluas pasar halal di tingkat nasional maupun global.

Kata kunci: Halal logistics, halal supply chain, kepercayaan konsumen, efisiensi, optimalisasi

Abstract

The halal market has been experiencing significant growth along with the increasing awareness of Muslim consumers regarding product halalness, not only in raw materials but also throughout production, distribution, and logistics processes. This study aims to identify factors influencing the performance of halal logistics and supply chain and to formulate optimization strategies to enhance Muslim consumer trust. A descriptive qualitative method was employed using literature review and historical approaches. The findings reveal that effective halal supply chain management (HSCM) involves aspects such as traceability, credible halal certification, segregation of halal and non-halal products, and the utilization of technologies such as IoT and RFID to maintain halal integrity. Furthermore, human resources, infrastructure, and regulatory frameworks play an essential role in supporting halal supply chain performance. Optimization through efficiency models, lean supply chain, and agile supply chain has proven to improve operational effectiveness and strengthen consumer trust. This study concludes that the success of halal logistics and supply chain does not only increase consumer satisfaction and loyalty but also provides competitive advantages and expands the halal market at both national and global levels.

Keywords: Halal logistics, halal supply chain, consumer trust, efficiency, optimization

PENDAHULUAN

Pasar produk halal di Indonesia dan di banyak negara dengan populasi Muslim yang besar terus menunjukkan pertumbuhan yang signifikan. Kesadaran konsumen Muslim terhadap kehalalan produk tidak hanya terbatas pada bahan baku saja, tetapi juga meliputi seluruh proses produksi, penyimpanan, distribusi, dan layanan logistik yang berkaitan — yang semuanya harus mematuhi prinsip-prinsip syariah. Hal ini menjadikan logistik halal dan manajemen rantai pasokan halal (halal supply chain management, HSCM) sebagai elemen kunci dalam membangun kepercayaan konsumen Muslim. (Febriyanni, 2022)

Kinerja logistik dan rantai pasokan halal yang optimal mencakup berbagai komponen seperti kepastian sertifikasi halal, traceability (ketelusuran), pengendalian selama transportasi,

penyimpanan, pemrosesan serta pemisahan produk halal dan non-halal agar tidak terjadi kontaminasi. Kurangnya pengelolaan pada aspek-aspek tersebut dapat menurunkan kepercayaan konsumen terhadap klaim kehalalan produk. Penelitian sebelumnya, seperti studi tentang traceability system pada industri daging ayam di rumah potong hewan, menekankan bahwa penggunaan teknologi seperti IoT, RFID, barcode, dan penyusunan model SCOR dapat membantu menjaga integritas halal sepanjang rantai pasokan.(Siregar & Zahradika, 2023)

Di sisi lain, terdapat berbagai tantangan dalam penerapan logistik halal dan supply chain halal di Indonesia: infrastruktur logistik yang belum memadai, pemahaman pelaku usaha terhadap standar halal dan prinsip-prinsipnya yang masih terbatas, sumber daya manusia terlatih yang kurang, hingga hambatan regulasi dan sertifikasi. Sebagai contoh, penelitian mengenai peluang dan penerapan logistik halal dalam rantai pasok makanan di Indonesia menemukan bahwa meskipun potensi sangat besar, hambatan-hambatan struktural dan pengetahuan praktis menjadi penghalang utama.(Mohammad & Atmawati, 2025)

Kepercayaan konsumen Muslim terhadap produk halal sangat berkaitan erat dengan persepsi bahwa produk tersebut benar-benar halal dari hulu ke hilir, dan bahwa proses logistik serta supply chain dijalankan dengan standar yang transparan dan bisa diverifikasi. Kepercayaan ini merupakan modal sosial yang sangat penting dalam memperluas pangsa pasar produk halal, meningkatkan loyalitas pelanggan, dan juga mendukung pertumbuhan ekonomi yang berbasis kepatuhan syariah. Namun, masih sedikit penelitian yang mengkaji secara sistematis bagaimana optimalisasi kinerja logistik dan supply chain halal secara menyeluruh (termasuk aspek operasional, teknologi, sertifikasi, dan regulasi) mempengaruhi kepercayaan konsumen di konteks UMKM maupun industri besar di Indonesia.(Santoso & Muna, 2025)

Berdasarkan penjelasan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor utama yang mempengaruhi kinerja logistik dan supply chain halal, serta merancang strategi optimalisasi yang dapat meningkatkan kepercayaan konsumen Muslim. Spesifiknya, penelitian ini akan menelaah elemen-elemen seperti penggunaan teknologi traceability, sertifikasi halal, pelatihan SDM, pemisahan produk halal-non-halal, dan regulasi serta infrastruktur yang mendukung. Diharapkan bahwa temuan dari penelitian ini akan memberikan kontribusi praktis bagi pelaku usaha dan pembuat kebijakan dalam memperkuat sistem rantai pasokan halal di Indonesia, sehingga meningkatkan kepercayaan dan kepuasan konsumen Muslim.

METODE

Metode penelitian yang diterapkan adalah deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi literatur, yang bertujuan untuk menjelaskan secara rinci suatu fenomena atau kondisi tertentu. Untuk memperkuat data analisis, tulisan ini juga menggunakan beberapa artikel penting yang mengkaji tentang logistic dan supply chain halal. Analisis dilakukan dengan menggunakan pendekatan sejarah (historical approach). Pendekatan ini digunakan untuk menjawab dan menganalisis dari sudut pandang pemahaman industri halal.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Konsep Logistik dan *Supply Chain* Halal

Logistik adalah sebuah rangkaian suatu barang atau jasa melalui semua proses, mulai dari sumber utama hingga perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian agar dapat berjalan secara efektif dan efisien sampai ke konsumen. Fokus utama dari logistik ini yaitu jumlah, waktu, lokasi, dan biaya yang tepat. Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwasannya penerapan IoT, IoS, dan IoP diperlukan untuk keberlangsungan logistik di zaman modern sekarang agar setiap pergerakan barang dan informasi dapat dipantau dan diterapkan dengan cara yang efektif dan efisien. Kegiatan logistik dalam sebuah perusahaan akan dipengaruhi oleh bagaimana perkembangan suatu teknologi. Kegiatan logistik ini disesuaikan dengan perkembangan teknologi, dimana jika teknologi semakin maju maka akan semakin meningkatkan efektivitas logistik suatu perusahaan dari sebelumnya (Mulyana et al., 2024).

Logistik merupakan salah satu aktivitas penting yang mendukung tingkat perekonomian suatu negara yang meliputi pengiriman, penerimaan, pergudangan, dan pendistribusian. Pelabuhan dijadikan sebagai salah satu pusat kegiatan logistik di Indonesia, karena bentuk geografis dari Indonesia yang berupa kepulauan. Selain itu, negara Indonesia juga terletak di jalur perdagangan internasional, yang menjadi tempat persinggahan kapal-kapal perusahaan asing. Keadaan ini membuat Indonesia berusaha untuk meningkatkan kualitas pelayanan dalam hal logistik. Adapun pelayanan logistik pada pelabuhan berupa kegiatan transportasi dan penyimpanan (Zulkarnaen et al., 2020).

Pemikiran tentang logistik berkembang dari perspektif yang fokus pada aktivitas transportasi dalam ekonomi pertanian sampai pada pandangan bahwa logistik dapat menjadi salah satu pembeda dan komponen kunci dalam strategi bisnis, diferensiasi, dan link kepada pelanggan. Pemahaman logistik itu sendiri mengalami evolusi seiring dengan perkembangan lingkungan, dari mulai pengertian distribusi fisik yang menekankan pada biaya dan faktor-faktor yang mempengaruhi distribusi produk pertanian, sampai pemahaman bahwa logistik sebagai sebuah sistem mulai perencanaan sampai implementasi dan kontrol terhadap efisiensi dan efektivitas aliran dan penyimpanan barang, jasa, dan informasi terkait dari titik asal sampai titik konsumsi untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Dalam konteks manajerial, logistik berkaitan dengan kegiatan perencanaan dan pengendalian arus material dan informasi terkait di dalam suatu organisasi. Permasalahan logistik Indonesia saat ini yakni pendistribusian suatu produk.

Logistik berkaitan dengan pengaturan suatu jasa atau barang guna memperoleh keberhasilan perusahaan dalam melakukan efisiensi dan efektifitas suatu industri atau perusahaan. Industri logistik adalah salah satu industri dengan potensi dan bisnis yang sangat mencolok saat ini. Hampir setiap sektor industri dipastikan memerlukan keberadaan industri logistik untuk mendukung kegiatan yang dilakukan. Logistik ini memiliki 7 fungsi mulai dari perencanaan, pengadaan, penganggaran, penyimpanan dan distribusi, pemeliharaan, penghapusan, serta pengendalian. Ada "7R logistik" yang berarti mengirim produk yang sesuai dengan jenis, jumlah, pelanggan, kondisi, lokasi, dan waktu serta harga yang tepat. Kegiatan logistik mencakup hal-hal berikut (Mulyana et al., 2024):

- a) Layanan untuk pelanggan
- b) Prediksi permintaan
- c) Pengelolaan produk
- d) Pengelolaan bahan
- e) Pertukaran informasi
- f) Pengemasan
- g) Pemesanan
- h) Komponen pengganti dan layanan dukungan
- i) Transportasi
- j) Penyimpanan

Halal supply chain adalah kegiatan rantai pasokan yang mengikuti prinsip syariat Islam dari asal hingga konsumsi. Aktivitas ini melibatkan pergudangan, sumber, transportasi, penanganan produk, manajemen inventaris, pengadaan, dan manajemen pesanan. Pelaksanaan halal supply chain penting dilakukan oleh pemilik usaha untuk menjamin kehalalan produk dan meningkatkan kepercayaan konsumen muslim terhadap produk tersebut. Indikator dan Faktor Keberhasilan Halal Supply Chain ada lima indikator penerapan halal supply chain, yaitu: proses produksi, bahan yang digunakan, proses penyimpanan, proses distribusi, proses handling (Harahap, 2025).

Menurut (Yeni Rohaeni & Ahmad Hidayat Sutawijaya, 2020) kegiatan dalam rantai pasok halal adalah pergudangan, sumber, penanganan transportasi dan pengiriman produk halal, manajemen persediaan, dan strategi manajemen bisnis lainnya seperti lean management dan manajemen berbasis nilai. (Yeni Rohaeni & Ahmad Hidayat Sutawijaya, 2020) menjelaskan bahwa manajemen rantai pasok halal mengatur penyediaan bahan baku produksi, proses pengolahan, marketing, promosi hingga produk siap konsumsi harus sesuai dengan standar halal. Secara umum manajemen rantai pasok halal terdiri dari empat aktivitas utama:

- 1) *Halal Procurement* (Pengadaan)
Pengadaan produk halal yaitu proses pengadaan bahan baku halal terdiri dari keterlibatan dalam kegiatan yang berfokus untuk menjaga integritas halal sepanjang rantai pasokan. Penilaian bahan baku halal tidak hanya dari produknya yang halal, melainkan sumber dan sistem pembayarannya juga.
- 2) *Halal Manufacturing*
Proses pengolahan halal yaitu proses transformasi bahan baku menjadi produk dengan prosedur sesuai dengan standard halal. Proses pengolahan menjadi fase yang memiliki tingkat risiko penyebab ketidakhalalan tinggi. Sebabnya perlu adanya penerapan sistem syariah internal perusahaan.
- 3) *Halal Distribution* (Distribusi)
Distribusi halal meliputi pengemasan dan wadah produk halal. Karakteristik utama dalam pengemasan produk yang halal yaitu bahan pengemasan harus halal dan baik. Salah satu permasalahan yang diangkat dalam kemasan halal adalah sertifikasi pada kemasan tersebut.
- 4) *Halal Logistic* (Rantai pasokan)
Logistik mencakup pengorganisasian, perlindungan, dan identifikasi produk dan bahan sebelum sampai kepada konsumen. Status halal tidak hanya mempertimbangkan zat produknya saja, melainkan proses distribusi dan marketing juga termasuk dalam rantai pasok produk halal (Suwanto & Gunawan, 2021).

Kepercayaan Konsumen Muslim

Kepercayaan merupakan komponen kunci dalam hubungan antara konsumen dan penyedia produk atau layanan, khususnya dalam konteks di mana kedua belah pihak belum saling mengenal dan interaksi yang terjadi belum berjalan secara mendalam. Dalam konteks pemasaran, kepercayaan mencakup aspek emosional dan rasional yang membentuk keyakinan konsumen terhadap produk atau merek. Kepercayaan ini memungkinkan konsumen untuk merasa aman saat melakukan transaksi dengan produsen atau penjual, walaupun sebelumnya belum memiliki pengalaman langsung.

Menurut (Alnamira Alnamira et al., 2024) kepercayaan didefinisikan sebagai bentuk sikap yang mencerminkan perasaan senang dan kecenderungan untuk tetap menggunakan produk atau merek tertentu. Kepercayaan dalam definisi ini melibatkan aspek afektif yang muncul dari pengalaman atau persepsi positif terhadap suatu produk atau merek. Sikap ini tidak hanya memberikan dorongan untuk tetap menggunakan produk tersebut, tetapi juga mendorong loyalitas konsumen dalam jangka panjang.

Hal yang dipertimbangkan oleh konsumen ketika melakukan kegiatan pembelian atau berbelanja dalam hal jasa adalah berupa trust (kepercayaan). Kepercayaan merupakan hal yang mendasar bagi konsumen untuk melakukan pembelian ulang serta untuk memenuhi kebutuhan hidup baik berupa jasa maupun barang. Sedangkan menurut Mc Knight "kepercayaan di bangun oleh pihak-pihak yang belum saling mengetahui baik dalam interaksi maupun proses interaksi".

Sesuatu yang mempengaruhi kepercayaan terdapat banyak faktor yang mempengaruhi ataupun mengukur tingkat kepercayaan konsumen. Adapun indikator kepercayaan adalah jaminan kepuasan, perhatian, keterusterangan. Sedangkan menurut Mc Knight indikator kepercayaan adalah kepercayaan dalam mengelola jasa yang diperjual belikan, kompetensi karyawan yang dimiliki dalam melayani konsumen dan informasi yang diberikan dapat dipercaya konsumen. Disisi lain kepercayaan di pengaruhi oleh berbagai faktor yang diantaranya menurut Lau dan Leu terdapat 2 faktor yang mempengaruhi kepercayaan (trust), dimana faktor ini saling berhubungan dalam membentuk kepercayaan konsumen yang mencakup merek dan konsumen diantaranya adalah (Arifin, 2021) :

- a. Brand Characteristic

Yaitu mempunyai perasaan yang sangat penting dalam menentukan kepercayaan konsumen serta pengambilan keputusan dalam pembelian dimana disebabkan pembeli melakukan penelitian dahulu sebelum membeli barang atau jasa yang akan digunakan

b. Brand Effect Konsumen

Dalam melakukan pembelian dapat dilihat dari sikap konsumen, aspek emosi konsumen, aspek kesenangan yang mendorong konsumen dalam keputusan pembelian. Dalam brand effect ini konsumen membandingkan nilai manfaat, kenikmatan dan kesenangan dengan produk lain yang sama atau pun sejenis, pemilihan produk dipilih berdasarkan peningkatan atau pun pemenuhan kepuasan pribadi individu dalam kehidupan sehari-hari. Nilai manfaat yang memberi kepuasan kepada konsumen akan lebih memberi nilai lebih kepada konsumen yaitu berupa loyalitas akan membeli produk untuk pemenuhan kebutuhannya yang lebih menekankan nilai manfaat dari pada nilai citranya saja.

Optimalisasi Kinerja *Supply Chain*

Supply Chain merupakan sebuah sistem jaringan antar perusahaan yang bekerja sama untuk mencapai keuntungan bersama dengan cara mengelola dan mengendalikan aliran jasa serta informasi dari pemasok, produk, distributor, pengecer, hingga perusahaan pendukung seperti layanan logistik yang mengarah kepada konsumen akhir (Pamungkas & Azis, 2022). Optimalisasi *kinerja supply chain* merupakan upaya penting dalam meningkatkan efektivitas dan efisiensi proses produksi serta distribusi dalam perusahaan.

Dengan menerapkan prinsip-prinsip *Supply Chain Management* (SCM) secara komprehensif, perusahaan dapat memperbaiki koordinasi antar bagian di rantai pasok, sehingga mengurangi waktu siklus produksi dan menurunkan biaya operasional. Selain itu, strategi SCM yang terintegrasi meningkatkan responsivitas perusahaan terhadap perubahan permintaan pasar sekaligus menjaga kualitas produk. (Suhara et al., 2024). Optimalisasi kinerja *supply chain* merupakan upaya sistematis untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi aliran barang, informasi, serta keuangan dari pemasok hingga konsumen akhir.

Dalam konteks perusahaan di Indonesia, *supply chain* tidak hanya dilihat sebagai aktivitas logistik semata, melainkan sebagai sebuah sistem terintegrasi yang harus mampu memberikan nilai tambah bagi pelanggan, sekaligus menciptakan keunggulan kompetitif bagi perusahaan. Pengukuran kinerja *supply chain* biasanya menggunakan model SCOR (*Supply Chain Operations Reference*), yang menekankan pada lima proses utama: perencanaan (*plan*), pengadaan (*source*), produksi (*make*), distribusi (*deliver*), dan pengembalian (*return*). Dengan pengukuran yang tepat, perusahaan dapat mengidentifikasi area yang masih lemah untuk kemudian dioptimalkan (Saragih et al., 2021).

Optimalisasi *supply chain* sering menghadapi tantangan berupa ketidakpastian permintaan pasar, biaya distribusi yang tinggi, serta keterbatasan infrastruktur. Pada banyak kasus di sektor manufaktur dan agribisnis, kesalahan dalam melakukan forecasting dapat menimbulkan kelebihan stok atau justru kekurangan barang, yang berakibat pada pemborosan biaya dan turunnya kepuasan pelanggan. Selain itu, biaya logistik di Indonesia relatif tinggi karena faktor geografis dan keterbatasan sistem distribusi, sehingga efisiensi transportasi dan manajemen gudang menjadi aspek penting yang harus diperhatikan. Kelemahan lain adalah integrasi informasi antara perusahaan, pemasok, dan distributor yang sering kali masih rendah, menyebabkan *supply chain* tidak responsif terhadap perubahan pasar (Edy Prayitno et al., 2024).

Strategi Optimalisasi *Supply Chain*

A. Model Efisiensi dan Efektivitas

Pemahaman mengenai model efisiensi dan efektivitas dalam manajemen rantai pasok mengacu pada upaya organisasi untuk mengoptimalkan penggunaan sumber daya serta mencapai tujuan strategis secara tepat. Model tersebut mengintegrasikan konsep pengukuran kinerja

dengan analisis operasional guna menghasilkan keunggulan kompetitif. Teori yang dikemukakan oleh Gunasekaran et al. (2004) menekankan pentingnya kerangka pengukuran kinerja secara holistik, sedangkan Beamon (1998) menguraikan model analisis Supply Chain melalui pendekatan kuantitatif. Kajian Chen dan Paulraj (2004) menambahkan bahwa kolaborasi antar pihak dalam jaringan pasok memainkan peran krusial dalam mencapai efisiensi operasional, sekaligus mendukung efektivitas strategis. Pemaparan oleh Choi dan Hong (2002) mengungkapkan perancangan jaringan pasok sebagai kunci dalam meningkatkan responsivitas terhadap perubahan pasar. Pemikiran outcome-driven seperti yang dijelaskan oleh Melnyk et al. (2010) turut memberikan landasan untuk mengukur dampak inisiatif secara langsung pada kepuasan pelanggan dan nilai tambah, sehingga pembentukan model ini menjadi dasar optimalisasi rantai pasok.

Pengukuran efisiensi dalam rantai pasok berfokus pada penggunaan sumber daya secara optimal serta pengurangan pemborosan dalam setiap proses operasional. Evaluasi dimulai dari analisis cost reduction dan peningkatan produktivitas yang terintegrasi dengan sistem monitoring real-time. Konsep tersebut mendapatkan penegasan melalui kerangka kerja yang disusun oleh Gunasekaran et al. (2004) yang menyediakan indikator-indikator kinerja utama untuk mengukur penggunaan aset secara optimal. Analisis Beamon (1998) mendukung hal ini dengan memberikan metodologi untuk evaluasi kuantitatif pada berbagai tahap rantai pasok. Konsep integrasi informasi yang diuraikan oleh Chen dan Paulraj (2004) membuka peluang untuk mempercepat pengambilan keputusan melalui kolaborasi antar unit, sehingga efisiensi tidak hanya dicapai melalui penghematan biaya, tetapi juga melalui pemanfaatan teknologi dan sistem informasi yang mutakhir. Perancangan jaringan yang sistematis menurut Choi dan Hong (2002) turut memfasilitasi penyebaran informasi yang akurat dan tepat waktu di seluruh level operasional.

Pengukuran efektivitas dalam konteks rantai pasok melibatkan evaluasi terhadap kemampuan organisasi mencapai tujuan strategis dan meningkatkan nilai tambah bagi pelanggan. Aspek ini tidak semata-mata menitikberatkan pada pengurangan biaya, melainkan juga pada pencapaian target kualitas, waktu pengiriman, dan fleksibilitas dalam merespons dinamika pasar. Pemikiran Choi dan Hong (2002) menggarisbawahi pentingnya perancangan jaringan pasok yang adaptif guna menjaga keseimbangan antara permintaan dan kapasitas produksi. Melnyk et al. (2010) menawarkan pendekatan outcome-driven yang mendorong evaluasi kinerja berdasarkan hasil nyata, serta menekankan peran umpan balik pelanggan dalam penyesuaian strategi operasional. Pendekatan tersebut memberikan dimensi baru terhadap efektivitas, di mana pencapaian tujuan strategis menjadi tolok ukur utama daripada sekadar efisiensi biaya. Hal ini memberikan wawasan bahwa efektivitas merupakan indikator penting dalam menilai keberhasilan implementasi strategi rantai pasok secara keseluruhan.

Perbandingan antara efisiensi dan efektivitas menyajikan dimensi ganda dalam pengelolaan rantai pasok, di mana efisiensi mencerminkan optimalisasi sumber daya dan efektivitas menggambarkan pencapaian tujuan strategis. Sinergi antara kedua aspek ini menjadi fundamental untuk membangun sistem rantai pasok yang kompetitif. Kerangka yang diuraikan oleh Gunasekaran et al. (2004) menunjukkan bahwa keseimbangan antara penghematan biaya dan penciptaan nilai merupakan kunci dalam merumuskan strategi operasional. Pendekatan kuantitatif Beamon (1998) mediasi alat ukur yang mampu mengidentifikasi celah antara performa operasional dengan ekspektasi strategis. Studi oleh Chen dan Paulraj (2004) mengilustrasikan bagaimana kolaborasi lintas fungsi dapat mengintegrasikan kedua aspek tersebut, sementara pandangan Melnyk et al. (2010) menegaskan bahwa outcome-driven Supply Chain menjadi indikator penting dalam menentukan keberhasilan strategi secara menyeluruh.

Penerapan model efisiensi dan efektivitas telah diimplementasikan dalam berbagai sektor industri untuk meningkatkan kinerja rantai pasok secara menyeluruh. Penggunaan kerangka kerja yang komprehensif memungkinkan perusahaan untuk mengidentifikasi area yang memerlukan perbaikan dan melakukan penyesuaian strategis secara tepat. Konsep integrasi informasi yang dikemukakan oleh Chen dan Paulraj (2004) mendasari implementasi sistem terpadu yang menggabungkan fungsi produksi, distribusi, dan logistik. Penelitian oleh Choi dan

Hong (2002) memberikan gambaran mengenai pentingnya desain jaringan yang responsif untuk mendukung inisiatif perbaikan operasional. Selain itu, outcome-driven Supply Chain seperti yang diusulkan oleh Melnyk et al. (2010) berperan dalam menyediakan indikator kinerja yang terukur, sehingga setiap upaya peningkatan efisiensi dapat langsung ditabukan pada peningkatan efektivitas pelayanan kepada pelanggan.

Peran teknologi informasi dalam memperkuat model efisiensi dan efektivitas tidak dapat dipandang sebelah mata, karena sistem informasi modern telah merevolusi pengumpulan dan analisis data rantai pasok. Integrasi sistem ERP dan platform digital memungkinkan monitoring real-time atas performa operasional, sebagaimana diuraikan oleh Gunasekaran et al. (2004). Analisis data yang mendalam, seperti yang disarankan oleh Beamon (1998), mampu mengungkap potensi peningkatan produktivitas melalui identifikasi pemborosan dalam proses operasional. Pemanfaatan teknologi informasi juga mempermudah aliran informasi antar unit, sesuai dengan pemikiran Chen dan Paulraj (2004), sehingga keputusan strategis dapat diambil dengan basis data yang akurat. Desain jaringan pasok yang optimal, menurut Choi dan Hong (2002), sangat bergantung pada kemampuan sistem informasi untuk menyediakan data yang transparan dan tepat waktu. Pendekatan outcome-driven dari Melnyk et al. (2010) menegaskan bahwa sinergi antara teknologi dan strategi operasional sangat menentukan efektivitas rantai pasok.

Kontribusi kepemimpinan strategis dalam penerapan model efisiensi dan efektivitas mengemuka sebagai faktor penentu dalam transformasi rantai pasok. Kepemimpinan yang mampu menginspirasi dan mendorong inovasi di setiap lini operasional menjadi penggerak utama dalam menerapkan strategi penghematan biaya sekaligus pencapaian target strategis. Kerangka kerja yang disajikan oleh Gunasekaran et al. (2004) menggambarkan peran vital manajemen dalam menyelaraskan visi strategis dengan inisiatif operasional. Evaluasi kuantitatif yang diusulkan oleh Beamon (1998) memberikan dasar bagi pengambilan keputusan yang berbasis data, sedangkan integrasi lintas fungsi yang dikemukakan oleh Chen dan Paulraj (2004) menekankan kolaborasi sebagai pendorong sinergi antar departemen. Pandangan dari Choi dan Hong (2002) memperlihatkan bahwa tata kelola jaringan pasok yang efektif dapat meningkatkan responsivitas terhadap dinamika pasar. Outcome-driven Supply Chain dari Melnyk et al. (2010) menegaskan bahwa keberhasilan implementasi strategi sangat bergantung pada kemampuan manajemen dalam memanfaatkan teknologi dan informasi secara optimal.

Evaluasi kinerja merupakan komponen esensial dalam menjaga agar model efisiensi dan efektivitas tetap relevan dan adaptif terhadap perubahan lingkungan bisnis. Sistem pengukuran kinerja yang komprehensif memungkinkan identifikasi celah dan potensi peningkatan dalam setiap tahapan rantai pasok. Gunasekaran et al. (2004) menyusun indikator-indikator utama yang mencakup aspek biaya, kecepatan, dan kualitas pelayanan. Metodologi yang diusulkan oleh Beamon (1998) mendukung penggunaan metrik-metrik obyektif untuk menilai performa operasional secara sistematis. Integrasi feedback antar departemen, sebagaimana diuraikan oleh Chen dan Paulraj (2004), mendorong penyempurnaan berkelanjutan. Pendekatan jaringan yang responsif dari Choi dan Hong (2002) serta outcome-driven Supply Chain yang dikemukakan oleh Melnyk et al. (2010) menyediakan dasar bagi penyesuaian strategi yang bersifat dinamis dan adaptif terhadap perubahan kondisi pasar.

Sintesis pemahaman mengenai model efisiensi dan efektivitas menunjukkan bahwa optimalisasi rantai pasok tidak hanya bergantung pada pengurangan biaya, melainkan juga pada pencapaian target strategis yang mampu menciptakan nilai tambah bagi pelanggan. Keseluruhan teori dan temuan empiris dari Gunasekaran et al. (2004), Beamon (1998), Chen dan Paulraj (2004), Choi dan Hong (2002), serta Melnyk et al. (2010) membuktikan bahwa keberhasilan implementasi strategi optimalisasi sangat bergantung pada keseimbangan antara efisiensi operasional dan efektivitas strategis. Pengintegrasian kedua dimensi tersebut menghasilkan sistem rantai pasok yang tangguh, adaptif, dan mampu bersaing dalam lingkungan bisnis yang dinamis. Pendekatan holistik ini menjadi acuan bagi perusahaan dalam menyusun strategi transformasi yang berkelanjutan dan berorientasi pada hasil yang terukur.

B. Lean Supply Chain

Lean Supply Chain merupakan pendekatan manajemen rantai pasok yang menitikberatkan pengurangan pemborosan dan peningkatan nilai tambah melalui penyederhanaan proses. Konsep ini berakar pada prinsip-prinsip Lean manufacturing yang menekankan pengelolaan sumber daya secara optimal dengan menghilangkan aktivitas yang tidak memberikan nilai tambah. Kerangka pemikiran yang dikemukakan oleh Shah dan Ward (2007) menyajikan strategi pengukuran kinerja operasional dalam konteks Lean, sementara Holweg (2007) mengupas sejarah dan evolusi penerapan Lean di berbagai sektor industri. Pendekatan tersebut mendorong organisasi untuk melakukan perbaikan berkelanjutan melalui identifikasi dan eliminasi inefisiensi yang ada. Pemikiran ini memberikan landasan yang kuat bagi perusahaan untuk mengimplementasikan proses-proses yang lebih ramping dan responsif terhadap dinamika pasar, sehingga dapat meningkatkan daya saing dalam persaingan global.

Implementasi Lean Supply Chain dalam praktik operasional mengharuskan adanya sinergi antara berbagai fungsi dalam organisasi, mulai dari produksi hingga distribusi. Penerapan strategi Lean menuntut keterlibatan seluruh stakeholder dalam proses identifikasi pemborosan dan perbaikan berkelanjutan. Bhamu dan Sangwan (2014) menekankan bahwa budaya organisasi yang mendukung continuous improvement menjadi faktor kunci dalam mengoptimalkan rantai pasok. Penelitian Shah (2004) menyajikan studi empiris mengenai pengaruh Lean terhadap peningkatan kinerja operasional dengan menunjukkan bahwa pengurangan inefisiensi secara langsung berdampak pada peningkatan produktivitas. Implementasi tersebut tidak hanya terbatas pada aspek teknis, melainkan juga memerlukan transformasi budaya dan tata kelola yang mendukung penatalaksanaan operasional secara menyeluruh.

Prinsip dasar Lean seperti Just-in-Time, sistem tarik, dan eliminasi pemborosan menjadi inti dari transformasi Lean Supply Chain. Holweg (2007) menguraikan bagaimana penerapan prinsip-prinsip tersebut telah mengubah paradigma operasional di banyak perusahaan, sehingga proses produksi dan distribusi dapat dilakukan dengan waktu yang lebih singkat dan biaya yang lebih rendah. Shah dan Ward (2007) memberikan gambaran mengenai pentingnya pemantauan ketat terhadap setiap tahapan operasional untuk mendeteksi inefisiensi secara dini. Penerapan sistem tarik memastikan bahwa produksi hanya dilakukan berdasarkan permintaan aktual, sehingga mengurangi risiko overproduction dan penumpukan persediaan yang tidak perlu. Pendekatan ini mendukung terciptanya aliran material dan informasi yang lebih lancar di seluruh jaringan pasok.

Dampak Lean Supply Chain terhadap kinerja organisasi terlihat pada peningkatan kecepatan respon dan penurunan biaya operasional. Studi oleh Morris dan Smith (2009) menunjukkan bahwa penerapan prinsip Lean dapat menghasilkan efisiensi operasional yang signifikan, terutama dalam hal pengurangan waktu siklus produksi dan distribusi. Penelitian yang dilakukan oleh Bhamu dan Sangwan (2014) mengonfirmasi bahwa pengurangan pemborosan merupakan kunci untuk mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Analisis oleh Shah (2004) menekankan bahwa peningkatan performa rantai pasok melalui Lean tidak hanya berfokus pada aspek teknis, melainkan juga pada pengembangan budaya kerja yang mendukung inovasi dan perbaikan terus-menerus. Hasil empiris tersebut memberikan bukti bahwa strategi Lean dapat diadaptasi secara efektif dalam berbagai konteks industri.

Penerapan Lean Supply Chain menuntut perbaikan berkelanjutan melalui eliminasi pemborosan di setiap proses operasional. Shah (2004) mengemukakan bahwa upaya pengurangan inefisiensi harus didasarkan pada analisis mendalam terhadap setiap aktivitas yang tidak menambah nilai. Holweg (2007) menggarisbawahi pentingnya penggunaan metodologi Lean seperti Value Stream Mapping untuk mengidentifikasi dan menghilangkan aktivitas yang tidak produktif.

Pendekatan tersebut memungkinkan organisasi untuk fokus pada kegiatan yang memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan nilai bagi pelanggan. Studi Bhamu dan Sangwan (2014) menekankan bahwa transformasi budaya dan peningkatan kompetensi karyawan merupakan prasyarat penting dalam mengimplementasikan strategi Lean secara menyeluruh. Sinergi antara perbaikan proses teknis dan perubahan budaya organisasi menghasilkan dampak positif yang signifikan dalam hal peningkatan produktivitas.

Tantangan dalam implementasi Lean Supply Chain mencakup berbagai aspek mulai dari resistensi perubahan hingga kendala integrasi antar fungsi. Morris dan Smith (2009) mengidentifikasi bahwa salah satu hambatan utama adalah keterbatasan sistem informasi yang menghambat aliran data secara real-time. Penelitian Bhamu dan Sangwan (2014) menunjukkan bahwa keberhasilan penerapan Lean sangat bergantung pada kesiapan organisasi untuk mengadopsi perubahan budaya yang bersifat holistik. Analisis oleh Shah (2004) menyarankan pentingnya pelatihan dan pengembangan sumber daya manusia agar seluruh elemen organisasi dapat berkontribusi dalam proses perbaikan. Pendekatan yang sistematis dalam mengidentifikasi dan mengatasi hambatan ini menjadi kunci dalam menjamin keberhasilan transformasi operasional secara menyeluruh.

Kepemimpinan dan komitmen manajerial memegang peranan strategis dalam mendukung transformasi Lean Supply Chain. Shah dan Ward (2007) menekankan bahwa dukungan pimpinan tingkat atas sangat menentukan keberhasilan inisiatif Lean, karena peran mereka dalam menyelaraskan visi strategis dengan implementasi operasional. Studi Morris dan Smith (2009) menunjukkan bahwa kepemimpinan yang visioner dan komunikatif dapat mendorong perubahan budaya organisasi ke arah peningkatan efisiensi. Transformasi yang sukses memerlukan keterlibatan aktif seluruh level organisasi, dengan penekanan pada pelatihan dan peningkatan kompetensi karyawan. Hal ini menciptakan sinergi antara strategi operasional dan nilai-nilai organisasi yang mendasari penerapan Lean secara menyeluruh.

Kesimpulan dari penerapan Lean Supply Chain menegaskan bahwa strategi ini menyediakan pendekatan sistematis dalam menghilangkan inefisiensi serta meningkatkan aliran nilai dalam rantai pasok. Sinergi antara budaya perbaikan berkelanjutan, dukungan teknologi informasi, dan kepemimpinan yang kuat menghasilkan dampak positif yang dapat diukur secara signifikan. Pengalaman empiris yang diuraikan oleh Shah dan Ward (2007), Holweg (2007), Bhamu dan Sangwan (2014), Shah (2004), serta Morris dan Smith (2009) membuktikan bahwa penerapan Lean tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional, tetapi juga mendukung pencapaian keunggulan kompetitif jangka panjang. Pendekatan ini menjadi referensi penting bagi perusahaan yang ingin menerapkan strategi optimalisasi rantai pasok secara menyeluruh dan berkelanjutan.

C. Agile Supply Chain

Agile Supply Chain mengacu pada kemampuan rantai pasok untuk beradaptasi secara cepat terhadap perubahan permintaan dan dinamika pasar yang tidak menentu. Konsep ini menekankan fleksibilitas, responsivitas, dan kemampuan adaptasi yang tinggi, sehingga organisasi dapat menanggapi fluktuasi permintaan dengan cepat. Pemikiran Christopher (2000) menguraikan bahwa agility merupakan elemen krusial dalam menghadapi ketidakpastian pasar global, dengan menekankan peran strategi adaptif dan teknologi informasi dalam mempercepat proses pengambilan keputusan. Kemampuan untuk melakukan penyesuaian secara real-time menjadi kunci dalam mengoptimalkan kinerja rantai pasok, yang tercermin dalam indikator outcome-driven yang menilai respons terhadap dinamika eksternal. Pendekatan Agile memberikan landasan bagi perusahaan untuk mengurangi lead time dan meningkatkan kepuasan pelanggan melalui sistem yang responsif dan adaptif.

Penerapan Agile Supply Chain memerlukan integrasi antara strategi operasional dan sistem informasi yang mendukung mobilitas data secara real-time. Swafford, Ghosh, dan Murthy (2008) menekankan bahwa integrasi teknologi informasi merupakan faktor penentu dalam mewujudkan fleksibilitas operasional, karena hal tersebut memungkinkan aliran informasi yang cepat dan akurat di seluruh jaringan pasok. Kerangka ini mendorong organisasi untuk mengembangkan sistem yang mampu merespons secara otomatis terhadap perubahan permintaan pasar dan gangguan dalam rantai pasok. Dengan demikian, perusahaan dapat mengoptimalkan proses penjadwalan, pengadaan, dan distribusi secara simultan. Pendekatan ini mengurangi risiko kelebihan atau kekurangan persediaan, sehingga tercipta keseimbangan antara efisiensi operasional dan responsivitas strategis.

Ketepatan pengambilan keputusan menjadi aspek sentral dalam Agile Supply Chain, di mana data real-time dan analisis prediktif memainkan peran utama. Ketchen dan Hult (2007)

menyatakan bahwa kecepatan dan ketepatan informasi memungkinkan organisasi untuk segera menyesuaikan kapasitas dan aliran produksi sesuai dengan perubahan pasar. Penggunaan teknologi analitik dan sistem ERP telah membantu mengoptimalkan perencanaan operasional, sehingga setiap unit dalam rantai pasok dapat berkoordinasi dengan efektif. Dalam konteks ini, sistem yang Agile tidak hanya mengandalkan reaksi terhadap perubahan, melainkan juga proaktif dalam mengantisipasi gangguan potensial. Pendekatan kolaboratif yang tercermin dalam jaringan pasok mendukung strategi Agile dengan mengintegrasikan input dari berbagai stakeholder guna memastikan kesiapan operasional yang tinggi.

Responsivitas terhadap gangguan eksternal merupakan karakteristik utama dari Agile Supply Chain. Barratt (2004) mengemukakan bahwa kolaborasi lintas organisasi dan keterlibatan stakeholder menjadi kunci untuk menjaga kelancaran aliran barang dan informasi ketika menghadapi gangguan. Sistem Agile menekankan fleksibilitas dalam perencanaan dan eksekusi, sehingga mampu melakukan penyesuaian secara cepat tanpa mengorbankan kinerja operasional. Strategi adaptif ini memungkinkan perusahaan untuk mengubah alur distribusi dan penjadwalan sesuai dengan kondisi pasar yang berubah. Pendekatan ini menghasilkan rantai pasok yang tangguh dan mampu mempertahankan keunggulan kompetitif dalam menghadapi volatilitas lingkungan bisnis global.

Implementasi Agile Supply Chain juga melibatkan pengembangan kapabilitas internal yang mendukung inovasi dan adaptasi. Srinivasan dan Swink (2017) menguraikan bahwa integrasi antara desain produk dan perencanaan rantai pasok memungkinkan terciptanya sistem yang responsif terhadap kebutuhan pasar yang dinamis. Pengembangan kapabilitas ini meliputi peningkatan fleksibilitas operasional, pelatihan karyawan, serta penerapan teknologi baru yang mendukung analisis prediktif. Hal tersebut mendorong organisasi untuk terus berinovasi dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat. Penerapan strategi Agile, sebagaimana dijelaskan oleh Christopher (2000), menjadi landasan bagi perusahaan untuk mengembangkan model operasional yang tidak hanya reaktif, tetapi juga mampu mengantisipasi tren pasar yang berubah dengan cepat.

Kemampuan beradaptasi yang tinggi dalam Agile Supply Chain tercermin dari kecepatan dalam merespons perubahan permintaan dan gangguan operasional. Swafford, Ghosh, dan Murthy (2008) menekankan bahwa penggunaan teknologi canggih dalam pengumpulan dan analisis data membantu mengurangi lead time serta meningkatkan akurasi prediksi permintaan. Kecepatan ini memungkinkan perusahaan untuk melakukan penyesuaian dalam produksi dan distribusi dengan segera, sehingga dampak gangguan dapat diminimalisir. Sistem Agile juga mendukung kolaborasi antar fungsi yang memungkinkan sinkronisasi operasional yang lebih baik, sehingga setiap unit dapat bergerak secara selaras dalam menghadapi tantangan pasar yang dinamis. Pendekatan ini mengoptimalkan aliran barang dan informasi, yang pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan kepuasan pelanggan.

Penerapan Agile Supply Chain mengharuskan perubahan budaya organisasi menuju keterbukaan dan kolaborasi yang intensif antar pihak internal dan eksternal. Ketchen dan Hult (2007) menekankan bahwa budaya organisasi yang adaptif memungkinkan setiap individu untuk berinovasi dan berkontribusi dalam perbaikan proses secara berkelanjutan. Keterlibatan aktif seluruh level manajemen dan karyawan menjadi fondasi bagi terciptanya lingkungan yang responsif terhadap perubahan. Sistem Agile juga mengedepankan peran kepemimpinan yang mampu mengarahkan transformasi operasional dengan pendekatan yang proaktif dan partisipatif. Pendekatan tersebut menciptakan sinergi antara strategi bisnis dan operasional, sehingga setiap inisiatif adaptif dapat dijalankan dengan efisiensi tinggi dan dampak positif terhadap kinerja rantai pasok.

Analisis terhadap penerapan Agile Supply Chain menunjukkan bahwa kemampuan adaptasi yang tinggi dapat menghasilkan peningkatan signifikan dalam performa operasional. Studi yang dilakukan oleh Barratt (2004) mengungkapkan bahwa perusahaan yang mengadopsi strategi Agile mampu mengurangi dampak negatif dari gangguan eksternal melalui penyesuaian cepat pada sistem produksi dan distribusi. Integrasi teknologi informasi dan pengambilan keputusan berbasis data mendukung terciptanya respons yang akurat dan tepat waktu,

sebagaimana diuraikan oleh Christopher (2000). Data empiris juga menunjukkan bahwa pendekatan Agile mampu meningkatkan fleksibilitas dan ketahanan operasional, yang secara langsung berkontribusi pada kepuasan pelanggan dan keunggulan kompetitif di pasar global.

Kesimpulan mengenai Agile Supply Chain menyatakan bahwa kemampuan adaptif dan responsif merupakan elemen penting dalam menghadapi ketidakpastian pasar yang tinggi. Integrasi antara teknologi informasi, sistem pengambilan keputusan berbasis data, dan budaya organisasi yang adaptif menjadi faktor kunci dalam mewujudkan rantai pasok yang Agile. Pandangan Christopher (2000), Swafford, Ghosh, dan Murthy (2008), Ketchen dan Hult (2007), Barratt (2004), serta Srinivasan dan Swink (2017) memberikan gambaran yang komprehensif mengenai keunggulan strategi Agile. Sinergi antara elemen-elemen tersebut menghasilkan sistem rantai pasok yang mampu beradaptasi dengan cepat, mengurangi risiko gangguan, dan secara keseluruhan meningkatkan kinerja operasional dalam lingkungan bisnis yang sangat dinamis (Yusnita Fitarini Sibay, 2025).

Analisis Kinerja Logistik Halal

Tujuan:

- mencerminkan kehalalan produk tetap terjaga sepanjang rantai pasok.
- Mengidentifikasi potensi risiko kontaminasi silang dengan bahan haram.
- Menilai efektivitas penerapan prinsip-prinsip syariah dalam proses logistik.
- Meningkatkan efisiensi operasional dan pemenuhan terhadap standar halal.
- Menjaga kepercayaan konsumen dan reputasi perusahaan. (Oktora Andika, 2023)

Indikator Kinerja Utama (Key Performance Indicators - KPI) dalam Logistik Halal

- Kepatuhan terhadap SOP Halal: Persentase proses yang sesuai dengan standar operasional prosedur halal.
- Tingkat Kontaminasi: Jumlah kejadian kontaminasi persilangan produk halal dengan non-halal.
- Kecepatan dan Ketepatan Pengiriman: Waktu pengiriman produk halal sesuai jadwal tanpa kerusakan.
- Kebersihan dan Sanitasi: Penilaian kebersihan fasilitas penyimpanan dan transportasi.
- Ketertelusuran Produk: Kemampuan melacak asal-usul bahan baku dan perjalanan produk.
- Sertifikasi dan Audit: Jumlah audit internal dan eksternal yang berhasil tanpa temuan pelanggaran. (Ashari et al., 2021)

Metode Analisis Kinerja

- Audit Internal dan Eksternal: Pemeriksaan rutin terhadap proses dan dokumentasi halal.
- Pengukuran KPI: Memantau indikator kinerja secara berkala menggunakan data operasional.
- Survei Kepuasan Konsumen: Mengumpulkan feedback terkait kepercayaan dan kepuasan terhadap produk halal.
- Analisis Risiko: identifikasi tempat rawan kontaminasi dan potensi pelanggaran standar halal.
- Benchmarking: Membandingkan kinerja logistik halal dengan standar industri dan pesaing. (Saribanon & Setiawan, 2023)

Faktor Penentu Kinerja Logistik Halal

- Kualitas Sumber Bahan Baku: Kejelasan dan validitas sertifikasi halal bahan baku.
- Pelatihan SDM: Kompetensi dan kesadaran karyawan terhadap prinsip halal.
- Fasilitas dan Peralatan: Kebersihan dan diskon fasilitas untuk produk halal dan non-halal.
- Sistem Dokumentasi: Kelengkapan dan keteraturan pencatatan proses halal.
- Manajemen Rantai Pasok: Koordinasi dengan pemasok, distributor, dan pihak terkait lainnya.(Yasni et al., 2023)

Manfaat Analisis Kinerja Logistik Halal

- Meningkatkan konsistensi dan konsistensi produk halal.
- Meminimalkan pelanggaran risiko kehalalan yang dapat merusak reputasi.
- Mendukung pengambilan keputusan strategi untuk perbaikan proses.
- Memperkuat posisi perusahaan di pasar halal global.
- Meningkatkan efisiensi biaya dan operasional logistik.(Paisal, 2022)

Dampak terhadap Kepercayaan Konsumen Muslim

Kepercayaan konsumen Muslim terhadap produk halal sangat penting karena berkaitan langsung dengan keyakinan mereka bahwa produk tersebut sesuai dengan aturan syariah. Kepercayaan ini tidak hanya dibangun dari sertifikasi halal semata, tetapi juga dari transparansi dan integritas dalam seluruh proses rantai pasok halal, mulai dari bahan baku, produksi, pengolahan, hingga distribusi. Sistem rantai pasok yang optimal dan terkelola dengan baik dapat meminimalisir risiko kontaminasi silang dengan produk non-halal yang dapat merusak kepercayaan ini.(Islam et al., 2023)

Optimalisasi rantai pasok dan logistik halal menjadi salah satu faktor utama yang meningkatkan kepercayaan konsumen Muslim. Dengan adanya teknologi traceability seperti IoT dan RFID, perusahaan mampu memberikan jaminan transparansi dan ketelusuran produk halal yang konsumen butuhkan untuk meyakinkan mereka tentang kehalalan produk. Kepercayaan ini juga diperkuat oleh adanya sertifikasi halal yang terverifikasi secara resmi dan didukung pengawasan dari lembaga yang kredibel.(Adiningtyas & Yunus, 2024)

Faktor religiositas juga sangat mempengaruhi tingkat kepercayaan konsumen Muslim terhadap produk halal. Konsumen yang memiliki tingkat religiositas tinggi cenderung lebih memperhatikan aspek kehalalan sebagai bagian dari keimanan mereka, sehingga mereka mengandalkan adanya label dan sertifikasi halal sebagai penentu utama keputusan pembelian. Studi terkait menunjukkan bahwa kepercayaan terhadap merek halal yang sesuai prinsip agama dapat meningkatkan niat pembelian dan loyalitas konsumen Muslim.(M.Anwarul et al., 2023)

Selain itu, peran brand trust atau kepercayaan terhadap merek halal sangat krusial dalam keputusan pembelian. Kepercayaan ini terbentuk dari pengalaman konsumen, reputasi merk, serta konsistensi produk dalam menjaga standar halal. Kepercayaan merek yang tinggi pada produk halal mendorong konsumen untuk membeli kembali dan merekomendasikan produk tersebut kepada orang lain (Koc, 2024). Oleh karena itu, perusahaan wajib menjaga kualitas dan transparansi produk agar dapat membangun hubungan kepercayaan yang berkelanjutan.(Islam et al., 2023)

Dampak nyata dari kepercayaan konsumen Muslim terhadap produk halal terlihat pada perilaku pembelian yang lebih loyal dan intensif. Konsumen yang merasa yakin akan kehalalan suatu produk cenderung mengulangi pembelian dan menyebarkan rekomendasi positif, yang secara tidak langsung meningkatkan pangsa pasar produk halal. Sebaliknya, kegagalan dalam menjaga aspek halal dapat mengakibatkan ketidakpercayaan, yang berujung pada penurunan penjualan dan kerusakan reputasi.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa optimalisasi kinerja logistik dan supply chain halal sangat berpengaruh terhadap peningkatan kepercayaan konsumen Muslim. Penerapan teknologi traceability, sertifikasi halal yang kredibel, serta pemisahan produk halal dan non-halal menjadi aspek kunci dalam menjaga integritas halal di seluruh rantai pasok. Model manajemen supply chain seperti *lean* dan *agile* dapat meningkatkan efisiensi, responsivitas, dan daya saing industri halal. Namun, tantangan yang masih dihadapi meliputi keterbatasan infrastruktur logistik, pemahaman pelaku usaha yang masih terbatas, serta kebutuhan penguatan regulasi dan pelatihan SDM. Oleh karena itu, kolaborasi antara pemerintah, pelaku usaha, dan lembaga sertifikasi diperlukan untuk membangun sistem logistik halal yang lebih transparan, efisien, dan dapat dipercaya. Optimalisasi supply chain halal pada akhirnya bukan hanya memperkuat posisi perusahaan di pasar, tetapi juga menjadi strategi penting dalam meningkatkan loyalitas konsumen dan pertumbuhan ekonomi berbasis syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiningtyas, Y., & Yunus, E. (2024). The Influence of Consumer Knowledge of Halal Supply Chain Practices on Purchase Intention in Halal Personal Care & Beauty Products. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen*, 10(3), 823–833. <https://doi.org/10.17358/jabm.10.3.823>
- Alnamira Alnamira, Nurul Karimah, Bahari Bahari, Fadhil Musyafa, & Pani Akhiruddin Siregar. (2024). Kajian Literatur Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan Konsumen terhadap Produk UMKM Berlabel Halal. *Dinamika Publik: Jurnal Manajemen Dan Administrasi Bisnis*, 2(4), 47–56. <https://doi.org/10.59061/dinamikapublik.v2i4.793>
- Arifin, M. J. (2021). Strategi Islamic Branding Dalam Membangun Kepercayaan Konsumen. *Jurnal Eksyar (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 08(1), 67–83.
- Edy Prayitno, Edi Iskandar, Aloysius Agus Subagyo, & Ivan Jaka Perdana. (2024). Optimalisasi Supply Chain Management Menggunakan Integrasi Big Data Dan Artificial Neural Network Untuk Prediksi Permintaan Produk Umkm. *Prosiding Snast, November*, H214-222. <https://doi.org/10.34151/prosidingsnast.v1i1.5069>
- Febriyanni, R. (2022). *Perkembangan Logistik Halal mempengaruhi permintaan akan produk halal . Banyak negara fokus pada*. 4(1), 21–30.
- Harahap, R. A. (2025). Sertifikasi Halal, Logistik, Dan Sdm Terhadap Kinerja Halal Supply Chain Pada Industri Makanan Di Indonesia. *Jurnal Sharia Economica*, 4(April).
- Islam, M. M., Ab Talib, M. S., & Muhamad, N. (2023). Empirical Evidence of Customers-driven Halal Supply Chain Management Model from The Quranic Verse. *Proceedings of International Conference on Economics Business and Government Challenges*, 6(1), 1–15. <https://doi.org/10.33005/icebgc.v6i1.48>
- M.Anwarul, K., Shahabuddin, A. M., Omeish, F., Bhuiyan, A. B., & Islam, S. (2023). Effects of brand awareness, religious belief, and brand trust on purchase intentions of halal products among young consumers. *Innovative Marketing*, 19(4), 247–256. [https://doi.org/10.21511/im.19\(4\).2023.20](https://doi.org/10.21511/im.19(4).2023.20)
- Mohammad, Z. F., & Atmawati, E. (2025). Peluang dan Penerapan Logistik Halal Di Indonesia Dalam Rantai Pasok Makanan. *TAKAFUL: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 1(1), 1–15.
- Mulyana, H., Yuniarsih, T., & Hadijah, H. S. (2024). Manajerial: Jurnal Manajemen dan Sistem

- Informasi. *Manajerial*, 23(2), 61–74.
- Pamungkas, D. B., & Azis, A. M. (2022). OPTIMALISASI KINERJA RANTAI PASOKAN KENDARAAN KHUSUS. Studi Kasus Pada PT Pindad (Persero) Bandung. *Solusi*, 20(2), 131–142. <https://doi.org/10.26623/slsi.v20i2.5056>
- Santoso, L. A., & Muna, N. El. (2025). *Analisis Penerapan Halal Supply Chain Dalam Meningkatkan Kepercayaan Konsumen Pada Produk Lumpia Merdeka Jombang*. 1171–1179.
- Saragih, S., Pujiyanto, T., & Ardiansah, I. (2021). *Pengukuran Kinerja Rantai Pasok pada PT. Saudagar Buah Indonesia dengan Menggunakan*. 5(2), 520–532.
- Siregar, M. L., & Zahradika, A. (2023). Halal Traceability System (Hts) Untuk Integrasi Halal Meat Supply Chain (Hmsc) Terhadap Proses Industri Daging Ayam Pada Rumah Potong Hewan. *Agroindustrial Technology Journal*, 7(1), 74–87. <https://doi.org/10.21111/atj.v7i1.9418>
- Suhara, A., Ratnasari, N., & Wahyudi, F. (2024). Penerapan Strategi Supply Chain Manajemen dalam Optimalisasi Proses Produksi untuk Mencapai Keunggulan Kompetitif. *Journal of Mandalika Literature*, 6(1), 2745–5963.
- Suwanto, & Gunawan, I. (2021). Ekosistem Pesantren dalam Mewujudkan Manajemen Halal Supply Chain Menuju Madani Society 5.0. *MABNY: Journal of Sharia Management and Business*, 1(2), 116–128.
- Yeni Rohaeni, & Ahmad Hidayat Sutawijaya. (2020). Pengembangan Model Konseptual Manajemen Rantai Pasok Halal Studi Kasus Indonesia. *J@ti Undip: Jurnal Teknik Industri*, 15(3), 177–188.
- Zulkarnaen, W., Fitriani, I. D., & ... (2020). Pengembangan Supply Chain Management Dalam Pengelolaan Distribusi Logistik Pemilu Yang Lebih Tepat Jenis, Tepat Jumlah Dan Tepat Waktu Berbasis Human *Ilmiah MEA (Manajemen ...)*, 4(June), 222–243.