

**STRATEGI HALAL SUPPLY CHAIN MANAGEMENT DENGAN MODEL  
SUPPLY CHAIN OPERATION REFERENCE (SCOR) PADA AGENCY  
CENTER AL JANNAH HNI HPAI KABUPATEN MAGETAN**

**TESIS**

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat  
Memperoleh Gelar Magister dalam Program Studi Ekonomi Syariah



**Oleh:**

**ASHIF JAUHAR WINARTO**

**NIM: 02040320008**

**PASCASARJANA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL  
SURABAYA  
2022**

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Ashif Jauhar Winarto

NIM : 02040320008

Fakultas/Prodi : Pascasarjana/Magister Ekonomi Syariah

Judul Tesis : **Strategi Halal Supply Chain Management Dengan Model Supply Chain Operation Reference Pada Agency Center Al Jannah HNI HPAI Kabupaten Magetan.**

Dengan sungguh-sungguh menyatakan bahwa Tesis ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Surabaya, 11 Agustus 2022

Saya yang menyatakan,



**Ashif Jauhar Winarto**

NIM. 02040320008

## **PERSETUJUAN PEMBIMBING**

Tesis dengan judul “Strategi *Halal Supply Chain Management* Dengan Model *Supply Chain Operation Reference* Pada *Agency Center Al Jannah HNI HPAI Kabupaten Magetan*” yang disusun oleh Ashif Jauhar Winarto NIM. 02040320008 ini telah diperiksa dan disetujui untuk dilakukan Munaqasah.

Surabaya, 11 Agustus 2022

Dosen Pembimbing I,



**Prof. Dr. H. Abd. Hadi, M.Ag.**  
NIP. 195511181981031003

Dosen Pembimbing II,



**Dr. Mugiyati, MEI.**  
NIP. 197102261997032001

## PENGESAHAN TIM PENGUJI TESIS

Tesis berjudul “Strategi *Halal Supply Chain Management* dengan Model *Supply Chain Operation Reference (SCOR)* pada *Agency Center Al Jannah HNI HPAI Kabupaten Magetan*” yang di tulis oleh Ashif Jauhar Winarto NIM. 02040320008 ini telah di uji pada tanggal 30 Agustus 2022.

Tim Penguji:

1. Prof. Dr. H. Abd. Hadi, M. Ag. (Ketua)
2. Dr. Mugiyati, MEI. (Sekretaris)
3. Dr. H. Ah. Ali Arifin, M.M. (Penguji 1)
4. Dr. Hj. Ika Yunia Fauzia, MEI. (Penguji 2)

Surabaya, 30 Agustus 2022

Direktur



**Prof. Masdar Hilmy, S.Ag., M.A., Ph.D.**  
NIP. 197103021996031002



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA  
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300  
E-Mail: perpustakaan@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Ashif Jauhar Winarto  
NIM : 02040320008  
Fakultas/Jurusan : Magister Ekonomi Syariah  
E-mail address : ashifjauhar@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Sekripsi  Tesis  Desertasi  Lain-lain (.....)  
yang berjudul :

STRATEGI HALAL *SUPPLY CHAIN MANAGEMENT* DENGAN MODEL *SUPPLY*

*CHAIN OPERATION REFERENCE (SCOR)* PADA AGENCY CENTER AL JANNAH

HNI HPAI KABUPATEN MAGETAN

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara **fulltext** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 10 November 2022

Penulis

( Ashif Jauhar Winarto )

## ABSTRAK

Tesis yang berjudul Strategi *Halal Supply Chain Management* Dengan Model *Supply Chain Operation Reference* Pada Agency Center Al Jannah HNI HPAI Kabupaten Magetan ini merupakan penelitian kualitatif yang memiliki tujuan menjawab rumusan masalah yang terdapat dalam penelityian ini yaitu bagaimana strategi halal supply chain management Agency Center Al Jannah HNI HPAI Kabupaten Magetan dan bagaimana kinerja rantai pasok Agency Center Al Jannah HNI HPAI Kabupaten Magetan menggunakan analisis model hierarkis berbasis Supply Chain Operation References (SCOR).

Metode dalam penelitian ini adalah kualitatif eksploratif dengan jenis penelitian studi kasus serta yang bertujuan untuk menggambarkan keadaan suatu fenomena secara sistematis dan rasional mengenai Strategi *Halal Supply Chain Management* (HCM) dengan analisis model hierarkis berbasis *Supply Chain Operation References* (SCOR). Dalam penelitian ini menggunakan 2 teori yakni *Halal Supply Chain Managemen* (HCM) dan *Supply Chain Operation References* (SCOR).

Hasil dari penelitian ini adalah Agency Center Al Jannah HNI HPAI Kabupaten Magetan sudah menerapkan 6 Unsur Halal Supply Chain Management yakni, kebijakan halal, control logistik, supply chain resource, supply chain management processes, struktur jaringan supply chain, dan halal supply chain performance. Sementara itu hasil dari analisis Supply Chain Operation Reference ada 6 variabel sedangkan, di Agency Center Al Jannah HNI HPAI Kabupaten Magetan masih melaksanakan 5 variabel antara lain plan, source, make, deliver, dan return. Namun Agency Center Al Jannah belum melaksanakan 1 variabel *Supply Chain Operation References* (SCOR yakni Enable karena belum menerapkan manajemen risiko untuk menanggulangi kemungkinan-kemungkinan yang terjadi. Namun, Agency Center Al Jannah sudah melaksanakan pengembangan SDM yang cukup baik dengan mengadakan pelatihan kepada para stokist.

Adapun rekomendasi yang menjadi bahan masukan kepada Agency Center Al Jannah HNI HPAI Kabupaten Magetan yakni, perlunya peningkatan model manajemen risiko karena berfungsi sebagai mengatasi kemungkinan yang tidak diinginkan.

**Kata Kunci:** HSCM, SCOR, HNI HPAI, Agency Center Al Jannah



## ABSTRACT

The thesis entitled Strategy of Halal Supply Chain Management with Supply Chain Operation Reference Model at Agency Center Al Jannah HNI HPAI Magetan Regency is a qualitative research which has the aim of answering the formulation of the problem contained in this research, namely how is the strategy for halal supply chain management Agency Center Al Jannah HNI HPAI Magetan Regency and how the performance of the supply chain Agency Center Al Jannah HNI HPAI Magetan Regency uses a hierarchical model analysis based on Supply Chain Operation References (SCOR).

The method in this research is qualitative exploratory with the type of case study research and which aims to describe the situation of a phenomenon systematically and rationally regarding the Halal Supply Chain Management (HCM) Strategy with a hierarchical model analysis based on Supply Chain Operation References (SCOR). In this study, two theories are used, namely Halal Supply Chain Management (HCM) and Supply Chain Operation References (SCOR).

The results of this study are the Agency Center Al Jannah HNI HPAI Magetan Regency has implemented 6 Halal Supply Chain Management elements, namely, halal policy, logistics control, supply chain resources, supply chain management processes, supply chain network structure, and halal supply chain performance. Meanwhile, the results of the Supply Chain Operation Reference analysis have 6 variables, while at the Al Jannah HNI HPAI Agency Center, Magetan Regency, there are still 5 variables, including plan, source, make, deliver, and return. However, Al Jannah Agency Center has not implemented 1 Supply Chain Operation References (SCOR) variable, namely Enable because it has not implemented risk management to overcome the possibilities that occur. However, Al Jannah Agency Center has implemented quite good HR development by conducting training for stockists.

The recommendations that are used as input to the Agency Center Al Jannah HNI HPAI Magetan Regency, namely, the need to improve the risk management model because it functions to overcome unwanted possibilities.

**Keywords : HSCM, SCOR, HNI HPAI, Agency Center Al Jannah**

## DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN .....	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	ii
PENGESAHAN TIM PENGUJI.....	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	iv
KATA PENGANTAR.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.i
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah dan Batasan Masalah .....	5
C. Rumusan Masalah .....	6
D. Tujuan Penelitian .....	7
E. Kegunaan Penelitian .....	7
F. Kerangka Teoretik .....	8
1. <i>Halal supply chain management</i> .....	8
2. <i>Halal supply chain management Model</i> .....	10
3. <i>Supply Chain Operation References (SCOR)</i> .....	14
G. Penelitian Terdahulu.....	17
H. Metode Penelitian .....	29
1. Pendekatan Penelitian .....	29
2. Jenis dan Sumber Data .....	29
3. Teknik Pengumpulan data.....	31
4. Teknik analisis Data .....	32
I. Sistematika Pembahasan .....	33
BAB II MODEL HALAL SUPPLY CHAIN MANAGEMENT DAN SUPPLY CHAIN REFERENCE (SCOR) .....	35

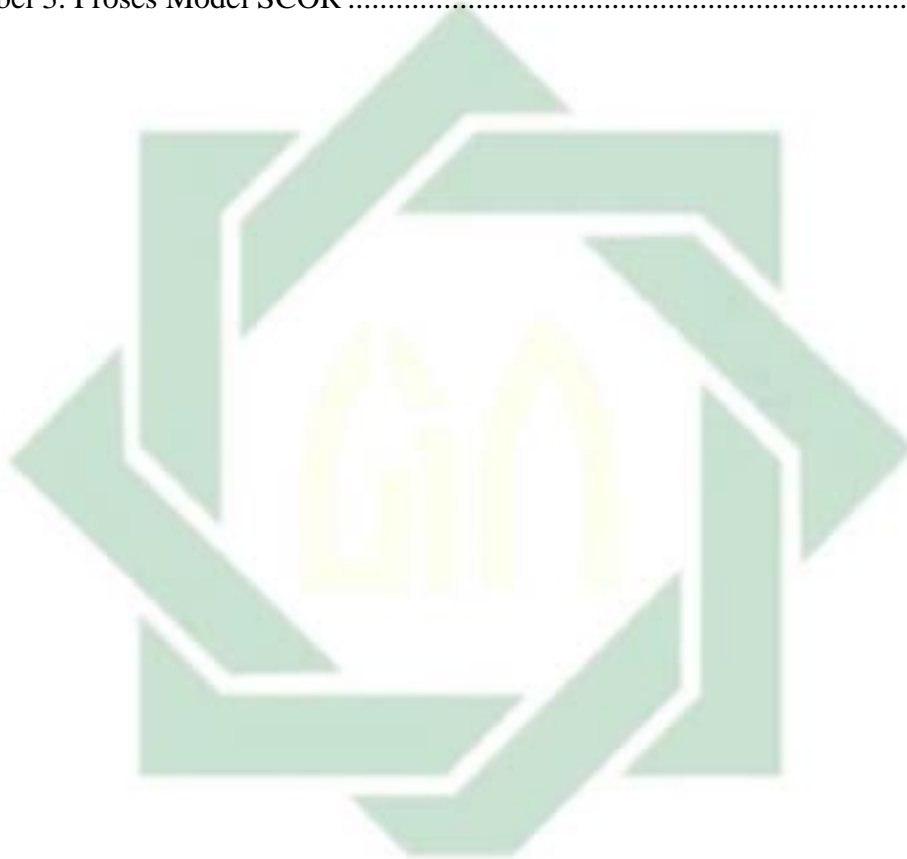


<b>A. Konsep <i>Supply Chain Management</i></b> .....	<b>35</b>
1. Definisi <i>Supply Chain</i> .....	35
2. Definisi <i>Supply Chain Management</i> .....	36
3. Praktik <i>Supply Chain Management</i> .....	37
<b>B. <i>Halal Supply Chain Management</i></b> .....	<b>39</b>
1. Definisi <i>Halal Supply Chain Management</i> .....	39
2. Pondasi Dasar <i>Halal Supply Chain Management</i> .....	40
3. Model <i>Halal Supply Chain Management</i> .....	41
<b>C. Pengukuran Kinerja</b> .....	<b>47</b>
<b>D. <i>Supply Chain Operation Reference (SCOR)</i></b> .....	<b>48</b>
<b>BAB III STRATEGI HALAL SUPPLY CHAIN MANAGEMENT DI</b>	
<b>AGENCY CENTER AL JANNAH HNI HPAI KABUPATEN MAGETAN</b>	
.....	53
<b>A. Gambaran Umum</b> .....	<b>53</b>
1. Sejarah PT HNI-HPAI Halal Mart .....	53
2. Visi dan Misi Bisnis HPAI .....	54
3. Struktur Pimpinan pada PT HNI-HPAI .....	54
4. PT HNI HPAI Cabang Magetan .....	55
5. Struktur Organisasi Pada PT HNI HPAI Cabang Magetan Agency center Al Jannah .....	56
6. Peraturan Logo dan Merek HNI .....	58
7. Keunggulan HNI-HPAI .....	59
8. Lima Pilar (P.A.S.T.I) .....	60
9. Katalog Produk .....	62
10. Komposisi pembuatan produk HNI HPAI .....	63
<b>B. <i>Halal Supply Chain Management Agency Center Al Jannah HNI HPAI</i></b> <b>Kabupaten Magetan</b> .....	<b>64</b>
1. Kebijakan Halal .....	65
2. Kontrol Logistik .....	67
3. Supply Chain Resource .....	68
4. Supply Chain Bussines processes .....	70
5. Struktur Jaringan Supply Chain .....	73

6. Halal Supply Chain Performance .....	73
<b>BAB IV ANALISIS HALAL SUPPLY CHAIN MANAGEMENT DI AGENCY CENTER AL JANNAH HNI HPAI KABUPATEN MAGETAN DENGAN MODEL SUPPLY CHAIN OPERATION REFERENCE (SCOR).....</b>	<b>76</b>
<b>A. Analisis Halal Supply Chain Management di Agency Center Al Jannah HNI HPAI Halal Mart Kabupaten Magetan.....</b>	<b>76</b>
1. Kebijakan Halal.....	77
2. Kontrol logistik .....	79
3. <i>Supply Chain Resource</i> .....	80
4. <i>Supply Chain Bussines Processes (Proses Bisnis SC)</i> .....	81
5. Struktur Jaringan Supply Chain .....	85
6. Halal Supply Chain Performance .....	85
<b>B. Analisis Supply Chain Operation Referencer di Agency Center Al Jannah HNI HPAI Kabupaten Magetan .....</b>	<b>86</b>
1. Plan (Rencana).....	87
2. Source (Sumber) .....	88
3. Make (Pembuatan) .....	89
4. Deliver (Pengiriman) .....	90
5. Return (Pengembalian) .....	90
6. Enable (Kemungkinan) .....	91
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>92</b>
A. Kesimpulan .....	92
B. Saran.....	93
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>95</b>
<b>LAMPIRAN- LAMPIRAN .....</b>	<b>Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.</b>
<b>BIODATA PENELITI.....</b>	<b>Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu .....	24
Tabel 2. Data Informan Penelitian Tesis Melalui Wawancara .....	30
Tabel 3. Proses Model SCOR .....	51



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 <i>Halal supply chain management Model</i> .....	11
Gambar 2 Kerangka Teoretik.....	16
Gambar 3 Diagram skema rantai pasokan (berbayang) dalam jaringan rantai pasokan total.....	36
Gambar 4 Pondasi Dasar <i>Halal Supply Chain Management</i> .....	40
Gambar 5 Model <i>Halal Supply Chain Management</i> yang kuat .....	46
Gambar 6 SCOR model .....	50
Gambar 7 Struktur Bussines Center Magetan.....	56
Gambar 8 Sertifikat Halal Produk PT. HNI HPAI yang dikeluarkan oleh DSN-MUI.....	66
Gambar 9 Pelatihan dalam memberikan informasi produk PT HNI HPAI kepada karyawan dan stokis di Magetan.....	69
Gambar 10 Produk yang di pasarkan oleh Agency Center Al Jannah HNI HPAI Halal Mart Magetan.....	72
Gambar 11 Produk yang sudah di kalsifikasikan oleh Agency Center Al Jannah HNI HPAI Kabupaten Magetan.....	74
Gambar 12 Model <i>Halal Supply Chain Management</i> .....	77
Gambar 13 Alur <i>Supply Chain Bussines</i> Proses pada PT. HNI HPAI.....	82
Gambar 14 SCOR model (Bolstroff dan Rosenbaun,2011).....	87

UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Konsep produk atau makanan halal semakin mendapat perhatian akhir-akhir ini. Hal ini disebabkan oleh pertumbuhan jumlah umat Islam di seluruh dunia (sekitar 1,8 miliar) dan permintaan konsumsi makanan halal yang meningkat setiap tahun.<sup>1</sup> Data Global Islamic Economy Report 2020/2021 tahun 2019, konsumen Muslim menghabiskan \$2,02 triliun untuk makanan dan minuman halal, obat-obatan dan kosmetik halal, serta perjalanan ramah Muslim dan gaya hidup halal.<sup>2</sup> Akibatnya, tren tersebut menarik perhatian semua negara untuk menghasilkan lebih banyak produk halal.

Indonesia merupakan salah satu negara tujuan berkembangnya industri halal dunia dengan jumlah penduduk muslim sebesar 87,2% dari total penduduk Indonesia yang berjumlah 267 juta jiwa. Kesadaran konsumsi komoditas halal oleh masyarakat muslim Indonesia mendukung potensi pengembangan sektor industri halal. Total konsumsi barang dan jasa halal mencapai USD 213,8 miliar pada tahun 2017 dan diperkirakan akan terus tumbuh rata-rata 5,3% pada tahun 2025 mencapai USD 330,5 miliar.<sup>3</sup>

Besarnya potensi pengembangan industri halal Indonesia menjadikan Indonesia sebagai mesin produksi ekonomi halal global dengan pertumbuhan ekonomi yang baik. Pada tahun 2017, Indonesia menempati peringkat pertama dalam belanja makanan muslim dengan nilai US\$170 miliar (BPS).

---

<sup>1</sup> Emi Normalina Omar dan Harlina Suzana Jaafar, "Halal supply chain in the food industry - A conceptual model," *ISBEIA 2011 - 2011 IEEE Symposium on Business, Engineering and Industrial Applications*, 2011, 384, doi:10.1109/ISBEIA.2011.6088842.

<sup>2</sup> Salaam Gateway, "State of the Global Islamic Economy 2020/21 Report," 2020, <https://www.salaamgateway.com/reports/state-of-the-global-islamic-economy-202021-report-executive-summary-in-bahasa-indonesia>.

<sup>3</sup> Deputy of Economy Indonesian Ministry of National Development Planning, "Indonesian Ministry of National Development Planning The Indonesia Masterplan of Sharia Economy 2019-2024" (Jakarta, 2019).

Nilai ini diperkirakan akan meningkat menjadi \$247,8 miliar pada tahun 2025.<sup>4</sup>

Menurut Tieman, produk atau layanan halal tidak hanya penting selama titik konsumsi atau pembelian tetapi melibatkan setiap aspek dan aktivitas di sepanjang rantai pasokan, dari hulu hingga hilir. Hal ini menunjukkan bahwa rantai pasokan Halal merupakan bagian integral dari bisnis Halal, karena rantai pasokan Halal menjadi perh

atian yang meningkat di pasar Halal.<sup>5</sup> Jaminan integritas Halal hingga titik konsumsi membutuhkan pendekatan rantai pasokan. Atribut kualitas kepercayaan produk Halal membuat adopsi dan pengelolaan praktik Halal di seluruh rantai pasokan menjadi tugas yang menantang bagi bisnis berlabel halal.<sup>6</sup>

Salah satu perusahaan bisnis Halal yang berkembang pesat di Indonesia adalah Perusahaan HNI atau *Halal Network International* yang merupakan salah satu perusahaan penjualan bisnis Halal di Indonesia yang menjual berbagai macam barang konsumsi Halal dan berkualitas. HNI atau biasa dikenal dengan PT HPAI (Herba Penawar Alwahida Indonesia) resmi berdiri pada akhir tahun 2012. Menariknya, HNI HPAI menawarkan produk di banyak segmen pasar. HNI HPAI merupakan salah satu perusahaan yang terdaftar di Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia (APLI) dan telah memperoleh sertifikat halal dari DSN-MUI dengan fokus memasarkan produk halal. Secara global, HNI berkesempatan mengajak seluruh pemangku kepentingan muslim di bidang ekonomi untuk bersama-sama mengontrol pasokan produk halal. Sebagai produsen, tidak mudah untuk memantau rantai pasokan halal, menemukan bahwa banyak produk Muslim dianggap berkualitas tinggi.

---

<sup>4</sup> *Ibid.*

<sup>5</sup> Marco Tieman, "The application of Halal in supply chain management: In-depth interviews," *Journal of Islamic Marketing* 2, no. 2 (2011): 187, doi:10.1108/17590831111139893.

<sup>6</sup> Mohd Imran Khan, Shahbaz Khan, dan Abid Haleem, "Analysing barriers towards management of Halal supply chain: a BWM approach," *Journal of Islamic Marketing* 13, no. 1 (2019): 66, doi:10.1108/JIMA-09-2018-0178.



Salah satu langkah strategis untuk mengatasi persoalan HNI HPAI dalam menggerakkan industri halal adalah memperkuat *halal supply chain management*. Strategi *halal supply chain management* merupakan hubungan yang berkelanjutan secara terus-menerus tentang barang, uang dan informasi. Barang pada umumnya mengalir dari hulu ke hilir sedangkan uang mengalir dari hilir ke hulu. Menurut Tieman, manajemen rantai pasokan halal didasarkan pada menghindari kontak langsung dengan Haram, mengatasi risiko kontaminasi dan memastikan bahwa itu sejalan dengan persepsi konsumen Muslim. Secara khusus, karakteristik produk dan pasar merupakan variabel penting dalam manajemen rantai pasokan rantai pasokan Halal.<sup>7</sup> Natalia dan Astuario menyatakan bahwa konsep strategi rantai pasok adalah perpindahan dari pemasok ke konsumen secara keseluruhan yang memungkinkan mereka bekerja sama untuk menjadi lebih kompetitif, efektif dan efisien dari segi volume, waktu, lokasi dan biaya. Strategi rantai pasok harus diterapkan oleh perusahaan atau unit bisnis untuk menghadapi persaingan.<sup>8</sup>

Hal ini sesuai dengan banyaknya perusahaan yang memproduksi produk sejenis yang membutuhkan strategi rantai pasok yang baik sebagai strategi jangka panjang.<sup>9</sup> Selanjutnya tujuan dari *supply chain management* adalah untuk mencapai efektifitas dan efisiensi dari supplier, manufaktur, gudang dan penyimpanan, harus ada koordinasi yang baik. Jika hal ini tidak terjadi, maka akan terjadi kerugian yang cukup besar.<sup>10</sup> Oleh karena itu, perlu dilakukan penentuan kinerja *halal supply chain management* dengan mengukur kinerja *supply chain*. Sebagai solusi dari permasalahan tersebut, diperlukan strategi *halal supply chain management*, yaitu manajemen rantai pasokan yang bertujuan untuk menjaga kehalalan suatu produk mulai dari

---

<sup>7</sup> Tieman, *op. cit.*, 187.

<sup>8</sup> Christine Natalia dan Robertus Astuario, "Penerapan Model Green SCOR untuk Pengukuran Kinerja Green Supply Chain," *Jurnal Metris* 16, no. 3 (2015): 98, doi:10.37438/jimp.v3i3.164.

<sup>9</sup> Gerry Ganika, "Keterkaitan Antara Orientasi Rantai Pasok, Berbagi Informasi Dan Kepuasan Inter-Relasi Antar Perusahaan," *Jurnal Manajemen dan Bisnis* 12, no. 1 (2016): 2.

<sup>10</sup> Enty Nur Hayati, "Supply Chain Management (SCM) Dan Logistic Management," *Jurnal Dinamika Teknik* 8, no. 1 (2014): 26.

bahan mentah hingga sampai ke tangan konsumen (*from farm to fork*) dengan analisis kinerja model hierarkis *Supply Chain Operations Reference* (SCOR) yang optimal.<sup>11</sup>

*Supply Chain Operation Reference* (SCOR) dapat diartikan sebagai salah satu model atau metode penyelesaian dari strategi dalam rantai pasok.<sup>12</sup> Adapun teori mengenai oleh *Supply Chain Council* (SCC) yang dijelaskan oleh Bolstorff dan Rosenbaum, yakni metode tersebut digunakan sebagai panduan implementasi strategi rantai pasok.<sup>13</sup> Ada 6 variabel dalam teori SCOR diantaranya *plan, source, make, deliver, return* dan *enable* yang menggambarkan aktifitas secara menyeluruh sehingga dapat membangun indikator sesuai dengan pengukuran kinerja strategi rantai pasok.<sup>14</sup> Model *Supply Chain Operation Reference* (SCOR) untuk menggambarkan aliran rantai pasok untuk mengidentifikasi permasalahan dan menemukan solusi strategi rantai pasok yang efektif. Efektif dan efisiensi rantai pasok merupakan hal yang harus diperhatikan oleh perusahaan atau unit usaha.<sup>15</sup>

Produk dalam HNI-HPAI Halal Mart menjual banyak sekali produk. Dimana produk ini dibagi menjadi 3 kelompok yang pertama, *Herbs Product*. Kedua, *health food and baverage*. Ketiga ada kategori *cosmetic and home care*. Dalam hal menjual belikan produk HNI HPAI ini yakni mempunyai dua aspek, yang pertama yakni aspek fisik barang dan yang kedua yakni aspek poin dari barang yang terdapat dalam *online* penjualan. Oleh karena itu poin barang ini yang akan ditukarkan oleh perusahaan dalam bentuk uang sesuai ketentuan untuk itu setiap agen yang menjual produk dengan metode pemasaran *multi level marketing* HPAI ini harus mengetahui hal tersebut

<sup>11</sup> Marco Tieman, Jack G.A.J. van der Vorst, dan Maznah Che Ghazali, "Principles in halal supply chain management," *Journal of Islamic Marketing* 3, no. 3 (2012): 217, doi:10.1108/17590831211259727.

<sup>12</sup> Bijan Ganji Jamehshooran, Awaluddin M. Shahrouran, dan Habibah Norehan Haron, "Assessing supply chain performance through applying the SCOR model," *International Journal of Supply Chain Management* 4, no. 1 (2015): 1.

<sup>13</sup> Peter Bolstorff dan Robert Rosenbaum, *Supply Chain Excellence, Supply Chain Leadership* (New York: American Management Association, 2011), 9.

<sup>14</sup> Jamehshooran, Shahrouran, dan Haron, *op. cit.*, 2.

<sup>15</sup> Zainuddin dan Iwan Vanany, "Supply Chain Analysis Dengan Model Scor Dan Simulasi pada Enginerr-to-engineer (ETO) (studi kasus: PT. X)," *Prosiding Seminar Nasional Manajemen Teknologi XXIII*, no. 2007 (2015): 68.

sehingga tidak ada pembeli yang dirugikan akibat hilangnya poin dari suatu produk tersebut yang sudah dibeli dan tentunya hal ini menjadi nilai atau daya tarik tersendiri dalam penjualan produk HNI HPAI yang tidak ada penjualan di produk yang lain secara umumnya. Apabila hal ini terus dilakukan karena tidak ada pemahaman konsumen dengan mendapatkan poin tersebut hal ini tentunya akan membuat perusahaan juga kurang maju atau berkembang dengan pesat, sehingga perlunya edukasi kepada agen dalam memahami strategi pemasaran dan proses distribusi dalam perusahaan HNI HPAI tersebut. Untuk itu disini penulis meneliti Agency Center HNI-HPAI Halal Mart Al-Jannah di Kabupaten Magetan yang dimana peneliti ingin mengetahui pengolahan jaringan halal atau rantai pasok halal yang bertujuan mampu menghadapi persaingan bisnis halal. Karena diketahui banyak sekali Agency Center yang tersebar di Indonesia maka jelas adanya persaingan bisnis dan dagang di Indonesia, juga mengetahui proses penjualan produk HNI HPAI mulai dari distributor hingga dapat di konsumsi oleh konsumen.

Berdasarkan fenomena diatas maka penulis membahas lebih mendalam terkait “**Strategi *Halal Supply Chain Management* Dengan Model *Supply Chain Operation Reference (SCOR)* Pada Produk HNI-HPAI Halal Mart (Studi Pada Agency Center Al Jannah HNI\_HPAI Halal Mart Kabupaten Magetan)**”.

## **B. Identifikasi Masalah dan Batasan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan maka permasalahan pada penelitian dapat diidentifikasi dan dibatasi masalah sebagai berikut.

### **1. Identifikasi Masalah**

- a. Dari 105 *crowd business* yang terdaftar di Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia (APLI), hanya 7 yang saat ini masih memegang sertifikat DSN MUI aktif, serta hanya 2 perusahaan milik Muslim lokal, yaitu PT Herba Penawar Alwahida Indonesia (HNI) dan PT Arminareka Pharmasia Pratama (Armina Daily).

- b. Keterancaman *positioning* HNI HPAI sebagai *market leader crowd business* syariah memerlukan strategi yang mapan untuk dapat bertahan di ketidakpastian ekonomi saat ini.
- c. HNI HPAI masih menghadapi permasalahan terkait pemantauan rantai pasokan halal sampai tingkat konsumen akhir.
- d. Agency Center Al Jannah HNI HPAI Halal Mart Kabupaten Magetan sering kehabisan stok produk sehingga membuat keterlambatan barang datang ke tangan konsumen
- e. Strategi *halal supply chain management* HNI HPAI Agency Center Al Jannah Halal Mart Kabupaten Magetan belum optimal
- f. Agency Center HNI HPAI Halal Mart Kabupaten Magetan belum pernah melakukan analisis kinerja *halal supply chain management* menggunakan model hierarkis *Supply Chain Operations Reference* (SCOR).

## 2. Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terarah sesuai dengan hasil yang diinginkan, maka diberi batasan masalah. Fokus penelitian ini pada masalah:

- a. Strategi *halal supply chain management* Agency Center Al Jannah HNI HPAI Kabupaten Magetan belum optimal.
- b. Analisis kinerja menggunakan model hierarkis *Supply Chain Operations Reference* (SCOR).

## C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, ditetapkan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana *halal supply chain management* Agency Center Al Jannah HNI HPAI Kabupaten Magetan?
2. Bagaimana Agency Center Al Jannah HNI HPAI Kabupaten Magetan menggunakan analisis model hierarkis berbasis *Supply Chain Operation References* (SCOR)?

#### D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan yang diharapkan oleh penulis dalam penelitian tersebut yaitu:

1. Mengidentifikasi strategi *halal supply chain management* HNI HPAI berdasarkan sistem model manajemen rantai pasok halal sehingga mampu menghadapi peluang dan tantangan bisnis produk halal.
2. Menganalisis kinerja rantai pasok HNI HPAI menggunakan analisis model hierarkis berbasis *Supply Chain Operation References* (SCOR).

#### E. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat dan dapat berguna dalam dua aspek antara lain:

1. Kegunaan Teoretis
  - a. Bagi pengembangan ilmu pengetahuan, hasil penelitian ini diharapkan menambah informasi dan khasanah mengenai Strategi *Halal Supply Chain Management* terutama analisis model hierarkis berbasis *Supply Chain Operation References* (SCOR)
  - b. Hasil penelitian dapat dijadikan sebagai referensi atau perbandingan untuk penelitian-penelitian selanjutnya.
2. Kegunaan Praktis
  - a. Bagi peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada peneliti karena menerapkan ilmu yang sudah didapat sela di bangku perkuliahan sehingga dapat diaplikasikan dalam penelitian dan menambah pengalaman serta pengetahuan.
  - b. Bagi masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi atau wawasan kepada masyarakat tentang strategi *halal supply chain management* sehingga meningkatkan kepercayaan masyarakat dalam penggunaan produk-produk berlabel halal.



c. Agency Center HNI HPAI Al Jannah Kabupaten Magetan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai masukan untuk menggunakan analisis kinerja rantai pasok dengan model hierarkis berbasis *Supply Chain Operation References* (SCOR) dalam menetapkan strategi *halal supply chain management*.

## F. Kerangka Teoretik

### 1. *Halal supply chain management*

*Halal supply chain management* berbeda dengan *supply chain management* konvensional. Artinya, *halal supply chain management* memerlukan kebijakan Halal dan parameter desain khusus untuk tujuan rantai pasokan yang berbeda. *Halal supply chain management* dapat didefinisikan sebagai pengelolaan jaringan halal dengan tujuan untuk memperluas integritas halal dari sumber ke titik pembelian konsumen. Untuk memastikan bahwa produk tersebut benar-benar halal pada saat pembelian konsumen, sangat penting untuk menentukan prinsip-prinsip dalam pengelolaan rantai pasokan halal.<sup>16</sup>

Fitur atau karakteristik produk dan persyaratan pasar penting dalam *halal supply chain management*.<sup>17</sup> Temuan menunjukkan bahwa karakteristik produk dan persyaratan pasar (untuk Muslim dan non-Muslim) menentukan logistik rantai pasokan untuk produk dan layanan Halal. Ketika permintaan konsumen akan produk Halal meningkat, logistik rantai pasokan meningkat secara bersamaan. Demikian pula, tingkat layanan logistik yang diberikan oleh pemasok menentukan kepuasan konsumen. Dalam industri logistik, kepuasan konsumen sangat penting bagi sifat pemrosesan layanan logistik. Oleh karena itu, ketika kepuasan konsumen rendah, proses logistik produk juga melambat. Industri logistik Halal memainkan peran penting dalam pendekatan rantai pasokan Halal untuk berhasil memenuhi peningkatan permintaan konsumen Halal.

<sup>16</sup> Tieman, van der Vorst, dan Ghazali, *op. cit.*, 219.

<sup>17</sup> Tieman, *op. cit.*, 188.



Integritas tunggal dari rantai pasokan logistik Halal menjadi perhatian yang berkembang karena konsumen Halal berharap bahwa semua rantai pasokan akan memenuhi prinsip-prinsip Halal.<sup>18</sup>

Tieman, memiliki pendapat mengenai landasan halal SCM, bahwa ada tiga factor menjadi landasan halal SCM diantaranya 1). kontak langsung dengan haram (dilarang), 2). Risiko kontaminasi, 3). Persepsi konsumen Muslim. Dalam modelnya, risiko didasarkan pada karakteristik produk, seperti produk kering versus produk basah dan produk curah versus produk yang disatukan. Persepsi didasarkan pada kebutuhan pasar, seperti mazhab, fatwa lokal, dan adat istiadat setempat.<sup>19</sup>

Keberhasilan perusahaan dipengaruhi oleh faktor praktik SCM Halal yang terdiri dari praktik pemasok strategis, hubungan pelanggan, dan berbagi informasi. Faktor kontribusi pertama adalah kemitraan rantai pasokan. Kemitraan rantai pasokan adalah ketika dua atau lebih perusahaan dalam rantai pasokan secara strategis menggabungkan dan memulai usaha patungan dan kolaborasi untuk menciptakan nilai dalam kegiatan bisnis inti mereka. Kegiatan ini meliputi penelitian, pengembangan produk, produksi, pemasaran, penjualan dan distribusi dan dirancang untuk meningkatkan keuntungan bagi semua mitra dengan meminimalkan total biaya pembelian, memiliki dan membuang barang dan jasa. Kemitraan pemasok strategis adalah kemitraan jangka panjang yang melibatkan perusahaan dan pemasok mereka, menunjukkan bahwa SCM berarti produsen mengundang pemasok mereka untuk berpartisipasi dalam perencanaan, penargetan, dan pengembangan produk, Ini membantu dalam meningkatkan kualitas produk dan memecahkan masalah.<sup>20</sup>

---

<sup>18</sup> Nor Aida Abdul Rahman, Azizul Hassan, dan Mohammad FakhruNizam Mohammad, *Halal Logistics and Supply Chain Management in Southeast Asia* (New York: Taylor & Francis, Group, 2021), 28.

<sup>19</sup> Tieman, *op. cit.*, 192.

<sup>20</sup> Nik Alif Amri Nik Hashim et al., "The Success of Halal Supply Chain Management Practices in Malaysia," *Jour of Adv Research in Dynamical & Control Systems* 12, no. 8 (2020): 233, doi:10.5373/JARDCS/V12I8/20202469.

Faktor kedua adalah hubungan pelanggan. Bisnis menggunakan strategi ini untuk memelihara hubungan emosional dengan pelanggan dengan menggunakan metode dan keterampilan yang berbeda, biasanya dengan menggunakan teknologi komunikasi terkini yang menghasilkan kinerja yang cepat dan akurat. Hubungan pelanggan juga dapat didefinisikan sebagai metode untuk mengelola keluhan pelanggan, hubungan pelanggan jangka panjang, dan kepuasan pelanggan.<sup>21</sup>

Faktor ketiga yang berkontribusi terhadap keberhasilan praktik manajemen rantai pasokan halal adalah berbagi informasi, yang dianggap sebagai strategi pemasaran hubungan. Strategi ini digunakan untuk membangun hubungan yang erat dengan mitra bisnis sebagai penghalang konversi, mencegah pelanggan beralih ke pesaing. Berbagi informasi juga membantu bisnis melihat ke masa depan, karena dapat meningkatkan akurasi perkiraan, memastikan bahwa informasi mengalir secara efisien melalui rantai pasokan, dan meningkatkan manajemen inventaris dan proses perencanaan produksi.<sup>22</sup>

## 2. *Halal supply chain management Model*

Model rantai pasokan halal harus diadaptasi dari model rantai pasokan yang ada yang paling dekat memfasilitasi nilai-nilai Islam dari rantai pasokan halal.<sup>23</sup> Tieman et al. mengusulkan model rantai pasokan halal yang ditunjukkan pada Gambar 1 berikut.

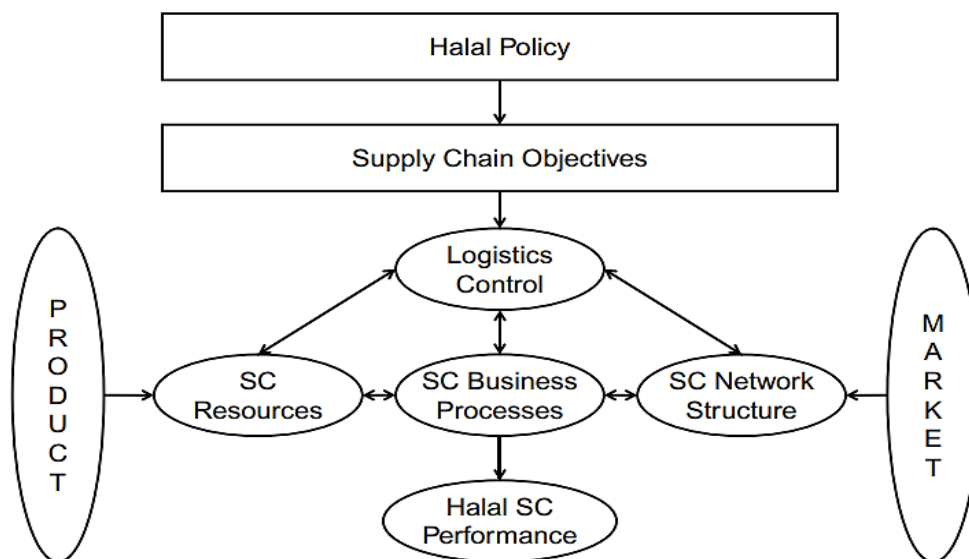
UIN SUNAN AMPEL  
SURABAYA

---

<sup>21</sup> *Ibid.*, 233–34.

<sup>22</sup> *Ibid.*

<sup>23</sup> Tieman, van der Vorst, dan Ghazali, *op. cit.*, 219.



**Gambar 1. Halal supply chain management Model**

Sumber: Tieman et al. (2012)<sup>24</sup>

Berdasarkan gambar di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:<sup>25</sup>

a. Kebijakan halal

Halal membutuhkan komitmen dari manajemen puncak melalui kebijakan halal, yang merupakan dasar dari organisasi rantai pasokan. Kebijakan halal antara lain membahas: tanggung jawab organisasi untuk melindungi integritas halal rantai pasokan; ruang lingkup sertifikasi halal organisasi; jaminan (komitmen) kepada konsumen atau pelanggan; dan metode jaminan (mekanisme kontrol; meliputi komite halal, petugas kepatuhan halal). dan inspeksi, dll).

b. Kontrol logistik

Kontrol logistik adalah jantung dari model rantai pasokan halal, yang memberikan dasar untuk pengambilan keputusan dan manajemen rantai pasokan yang efektif, mendefinisikan kontrol logistik sebagai organisasi, perencanaan dan pengendalian arus barang, mulai dari pengembangan, pengadaan, manufaktur, dan distribusi untuk pelanggan akhir. Dirancang untuk memenuhi kebutuhan klien dengan biaya rendah dan penggunaan dana yang terkendali. Elemen penting

<sup>24</sup> *Ibid.*, 222.

<sup>25</sup> *Ibid.*, 220–25.

dalam pengendalian logistik meliputi: hierarki tingkat pengambilan keputusan, jenis pengambilan keputusan, lokasi titik *decoupling* pesanan pelanggan (CODP), dan tingkat koordinasi. Rantai pasokan terintegrasi hanya dapat dioptimalkan ketika pelaku rantai bekerja sama untuk meningkatkan seluruh rantai pasokan. Ini membutuhkan koordinasi.

c. *Supply Chain Resources*

Sumber daya rantai pasokan menggambarkan organisasi dan manajemen informasi. Untuk organisasi bersertifikat halal diperlukan komite halal. Komite halal bertanggung jawab atas kepatuhan manajemen dan praktik sesuai dengan standar halal. Komite halal menyusun kebijakan halal, yang disahkan oleh direktur pelaksana/CEO perusahaan. Komite halal ini sebaiknya memiliki petugas kepatuhan halal yang bertindak sebagai auditor internal, namun dapat juga di-outsource ke pihak independen (bukan perusahaan sertifikasi halal).

d. *Supply Chain Business Processes* (Proses Bisnis SC)

Untuk rantai pasokan makanan halal, proses bisnis rantai pasokan pemenuhan pesanan pelanggan, manajemen aliran manufaktur dan pengadaan sangat penting. Proses pemenuhan pesanan pelanggan membawa persyaratan pemisahan pelanggan (pasar tujuan) di seluruh rantai pasokan. Manajemen aliran manufaktur adalah penanganan fisik produk halal di seluruh rantai pasokan, di mana aktivitas kontrol dan jaminan halal perlu dirumuskan untuk memperluas integritas halal dari sumber ke titik pembelian konsumen. Proses ini juga mencakup logistik. Akhirnya pengadaan sangat penting dalam rantai pasokan makanan halal, karena perannya dalam mendefinisikan dan mengelola struktur jaringan rantai pasokan hulu melalui strategi komoditas (strategi pembelian); menentukan spesifikasi, pemilihan pemasok dan integrasi (pembelian taktis); dan pemesanan, percepatan dan evaluasi pemasok (fungsi pemesanan). Peran mekanisme sosialisasi, sarana dimana keterlibatan pembeli-pemasok menghargai nilai-nilai halal,

sangat penting karena sepenuhnya memediasi efek ukuran kinerja pemasok pada kinerja rantai pasokan.

e. *Struktur Jaringan Supply Chain*

Struktur jaringan rantai pasokan adalah jaringan organisasi yang terhubung dan saling bergantung satu sama lain dan bekerja sama untuk mengelola, mengontrol, dan meningkatkan aliran bahan dan informasi. Rantai pasokan makanan halal rentan dan konfigurasi rantai pasokan dapat menjadi sumber risiko: risiko terkait mitra serta proses organisasi internal dalam penilaian risiko dan respon. Untuk integritas rantai pasokan halal, penting bahwa pihak-pihak dalam rantai pasokan halal bersertifikat halal (lebih disukai) atau memahami dan mematuhi persyaratan rantai pasokan halal. Karena integritas rantai pasokan merupakan fungsi dari integritas mitra rantai pasokan, maka pilihan mitra rantai pasokan harus mendapat prioritas utama dalam desain struktur jaringan rantai pasokan.

f. *Halal Supply Chain Performance*

Industri makanan halal agar dapat mengoptimalkan rantai pasokannya, maka harus memasukkan indikator baru dalam sistem pengukuran kinerjanya untuk memastikan bahwa rantai pasokannya tidak hanya efisien, tetapi juga efektif dalam melindungi integritas halal dan kuat dalam pelaksanaan rantai pasokannya. Untuk mengukur kinerja rantai pasokan halal, sangat penting untuk mengukur perspektif efektivitas rantai pasokan. Ini akan membahas dua aspek kunci, yaitu kualitas proses dan pemborosan. Kualitas proses membahas kekuatan/kepercayaan suatu merek, kredibilitas sertifikat halal dan keluhan konsumen yang diterima mengenai status kehalalan suatu produk. Limbah menangani limbah fisik dalam rantai pasokan, jejak karbon, dan sumber daya yang digunakan. Pemborosan terjadi di rantai pasokan dan juga oleh konsumen akhir. Limbah dalam rantai pasokan dapat dihindari atau diminimalkan dengan menggunakan kemasan transportasi yang benar (dapat digunakan kembali) dan kontrol



lingkungan (suhu dan tingkat kelembaban). Limbah oleh konsumen akhir lebih sulit dikelola dari rantai pasokan.

### 3. *Supply Chain Operation References* (SCOR)

Pengertian mengenai strategi rantai pasok adalah hubungan yang berkelanjutan secara terus-menerus tentang barang, uang dan informasi. Barang pada umumnya mengalir dari hulu ke hilir sedangkan uang mengalir dari hilir ke hulu. Lebih lanjut, informasi bisa mengalir dari hulu ke hilir maupun sebaliknya. Konsep strategi rantai pasok adalah aktivitas dari supplier sampai ke konsumen yang merupakan kesatuan sehingga bekerja bersama agar menjadi lebih kompetitif, efektif dan efisien dari segi jumlah, waktu, lokasi dan biaya. Strategi rantai pasok harus diterapkan oleh perusahaan atau unit usaha untuk menghadapi persaingan bisnis.<sup>26</sup>

Salah satu metode penyelesaian masalah dari strategi rantai pasok dinamakan *Supply Chain Operation Reference* (SCOR) model.<sup>27</sup> Bolstorff dan Rosenbaum, menjelaskan bahwa metode ini dibangun oleh *Supply Chain Council* (SCC) sebagai panduan implementasi strategi rantai pasok.<sup>28</sup> SCOR model memiliki variabel yaitu *plan, source, make, deliver, return, enable* yang menggambarkan aktifitas secara menyeluruh sehingga dapat membangun indikator sesuai dengan pengukuran kinerja strategi rantai pasok.<sup>29</sup> Model *Supply Chain Operation Reference* (SCOR) untuk menggambarkan aliran rantai pasok untuk mengidentifikasi permasalahan dan menemukan solusi strategi rantai pasok yang efektif.<sup>30</sup>

#### a. *Plan*

Proses perencanaan menggambarkan kegiatan yang terkait dengan pengembangan rencana mengoperasikan rantai pasokan. Proses perencanaan meliputi pengumpulan kebutuhan, mengumpulkan informasi tentang sumber daya yang tersedia, menyeimbangkan

<sup>26</sup> Fitra Lestari dan Budi Azwar, *Strategi Rantai Pasok Halal di Malaysia (Proses Bisnis di Malaysia)* (Pekanbaru: Kreasi Edukasi Publishing and Consulting Company, 2019), 17–18.

<sup>27</sup> Jamehshooran, Shaharoun, dan Haron, *op. cit.*, 1.

<sup>28</sup> Bolstorff dan Rosenbaum, *op. cit.*, 9.

<sup>29</sup> Jamehshooran, Shaharoun, dan Haron, *op. cit.*, 2.

<sup>30</sup> Zainuddin dan Vanany, *op. cit.*, 68.



kebutuhan dan sumber daya untuk mengidentifikasi kemampuan dan kesenjangan program kebutuhan atau sumber daya, dan mengidentifikasi tindakan untuk memperbaiki kesenjangan terjadi.

b. *Source*

Proses pengadaan menggambarkan pemesanan (atau pengaturan pengiriman) dan penerimaan barang dan jasa. Proses ini berkaitan dengan sumber daya operasional perusahaan dalam mengoptimalkan pesanan pembelian atau jadwal pengiriman, penerimaan dan penyimpanan barang, serta penerimaan invoice dari pemasok. Semua proses identifikasi pemasok, kualifikasi, dan negosiasi kontrak tidak dijelaskan menggunakan elemen proses pengadaan, dengan pengecualian pengadaan barang atau jasa desain sesuai pesanan.

c. *Make*

Proses produksi menggambarkan kegiatan yang berkaitan dengan transformasi material atau pembuatan konten layanan. Konversi bahan yang digunakan dalam produksi atau manufaktur. Semua jenis konversi material diwakili dalam proses ini: nama umum untuk proses konversi material seperti produksi, perakitan, pemrosesan kimia, pemeliharaan, perbaikan, daur ulang, remanufaktur, dll.

d. *Deliver*

Proses pengiriman menggambarkan aktivitas yang terkait dengan pengiriman, pemeliharaan, dan pemenuhan pesanan pelanggan. Proses pengiriman meliputi penerimaan, validasi dan pembuatan pesanan pelanggan, pengaturan pengiriman pesanan, pengambilan, pengepakan dan pengiriman, dan penagihan pelanggan.

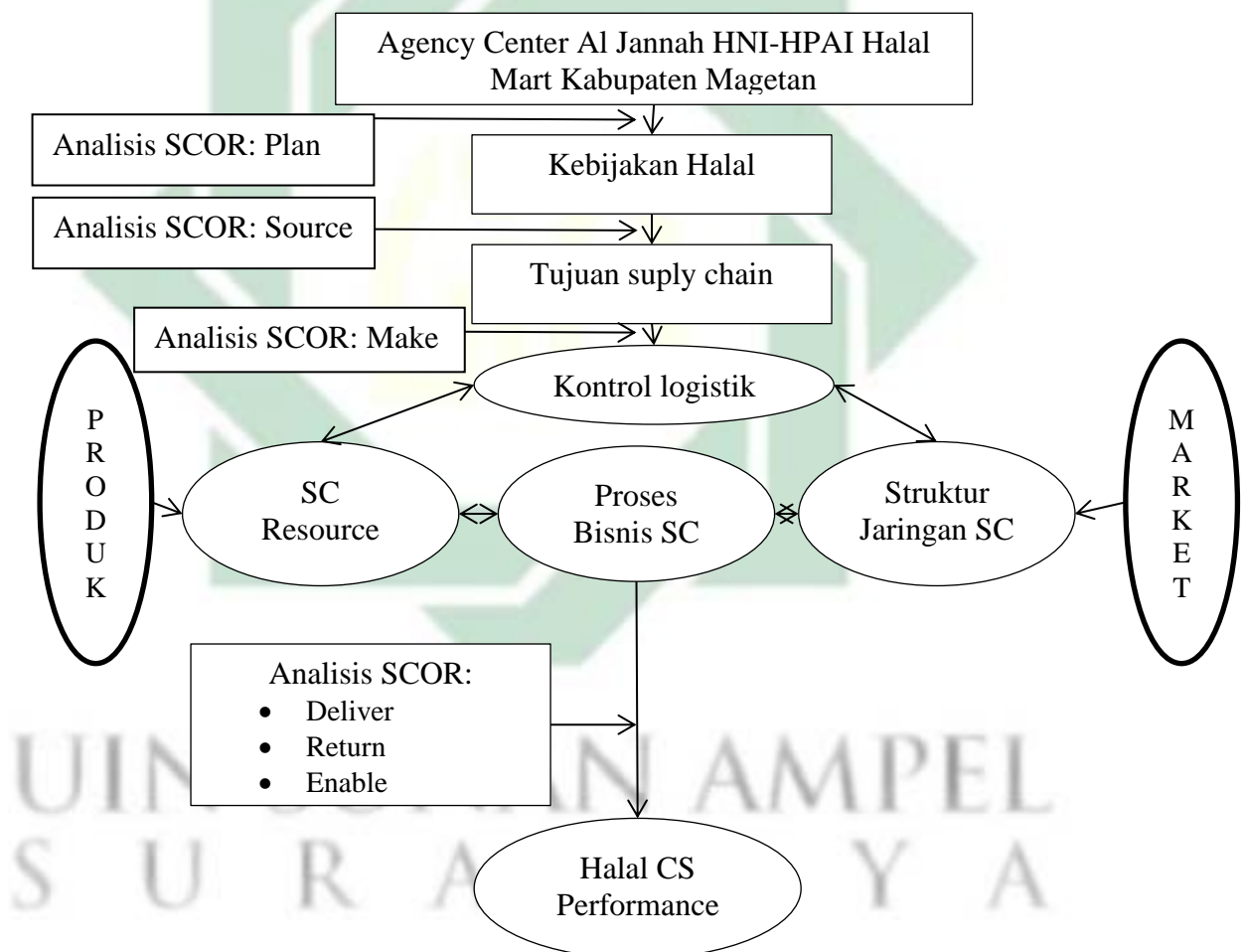
e. *Return*

Proses pengembalian menggambarkan kegiatan yang terkait dengan pengembalian. Proses pengembalian mewujudkan identifikasi kebutuhan pengembalian, keputusan disposisi, penjadwalan pengembalian dan pengiriman, dan penerimaan pengembalian.

f. *Enable*

Proses ini menjelaskan apa yang terkait dengan manajemen rantai pasokan. Mengelola manajemen proses bisnis, manajemen kinerja, manajemen data, manajemen sumber daya, manajemen fasilitas, manajemen kontrak, manajemen jaringan rantai pasokan, mengelola kepatuhan dan manajemen risiko.

Berdasarkan landasan teori di atas maka kerangka teoretik dalam penelitian ini tersaji dalam gambar 2 berikut.



**Gambar 2. Kerangka Teoretik**

Sumber: adaptasi Lestari & Azwar (2019), Padillah (2016),<sup>31</sup> Tieman et al. (2012), Ubaydilla & Fathurohman (2021)<sup>32</sup>

<sup>31</sup> Herlinda Padillah, Yulison Herry Chrisnanto, dan Agung Wahana, "Model supply chain operation reference (scor) dan analytic hierarchy process (ahp) untuk sistem pengukuran kinerja supply chain management," *Prosiding SNST ke-7 Tahun 2016 Fakultas Teknik Universitas Wahid Hasyim Semarang*, 2016, 31.

## G. Penelitian Terdahulu

Berdasarkan pencarian kajian pustaka yang telah dilakukan oleh penulis, berikut terdapat beberapa penelitian terdahulu yang relevan terkait masalah yang akan dibahas oleh penulis. Tujuan dengan adanya kajian pustaka ini digunakan untuk menghindari adanya tindakan plagiarisme dan menghindari kesamaan pembahasan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis. Adapun beberapa penelitian sebelumnya yang berkaitan adalah sebagai berikut:

1. Penelitian yang dilakukan Marco Tieman dengan judul penelitian *“The application of Halal in supply chain management: in-depth interviews”*. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan persyaratan dasar rantai pasokan makanan halal untuk memastikan integritas makanan halal pada titik konsumsi, yang merupakan kewajiban bagi umat Islam. Penelitian eksplorasi ini didasarkan pada wawancara mendalam untuk lebih memahami penting rantai pasokan Halal, dan mengidentifikasi pedoman dan prinsip-prinsip yang penting untuk integritas pasokan Halal rantai. Temuan penelitian menunjukkan manajemen rantai pasokan halal didasarkan pada menghindari kontak langsung dengan Haram, mengatasi risiko kontaminasi dan memastikan bahwa hal itu sejalan dengan persepsi konsumen Muslim. Secara khusus, karakteristik produk dan pasar merupakan variabel penting dalam manajemen rantai pasokan rantai pasokan Halal.
2. Penelitian yang dilakukan Emi Normalina Omar dan Harlina Suzana Jaafar dengan judul penelitian *“Halal Supply Chain in the Food Industry-A Conceptual Model”*, ingin mengidentifikasi dan membedakan faktor-faktor yang mengarah pada rantai pasokan halal yang efektif dalam industri makanan di Malaysia. Penelitian ini didasarkan pada dua tahap pengumpulan data. Pertama, wawancara pendahuluan yang

---

<sup>32</sup> Zahro Ubaydilla dan Muhamad Said Fathurohman, “Implementasi Halal Traceability Supply Chain Dengan Model Supply Chain Operation Reference (Scor) Industri Makanan Halal,” *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan* 8, no. 5 (2021): 620, doi:10.20473/vol8iss20215pp617-629.

diajukan meliputi latar belakang informan, jenis perusahaan dan kondisi proses pemotongan unggas saat ini. Kedua, cendekiawan Muslim yang ahli dalam perspektif Syariah diwawancarai untuk mengidentifikasi apakah konsep halal diterapkan pada proses penanganan unggas saat ini. Temuan penelitian menunjukkan pakan ternak halal, penyembelihan yang tepat dan pemisahan yang tepat adalah tiga area terkait yang perlu difokuskan dalam rantai pasokan makanan halal.

3. Penelitian yang dilakukan Marco Tieman, Jack G.A.J. van der Vorst, dan Maznah Che Ghazali dengan judul “*Principles in halal supply chain management*” ingin memperkenalkan kerangka kerja baru untuk mengoptimalkan desain rantai pasokan makanan halal, yang disebut “Model Rantai Pasokan Halal”. Di samping tinjauan literatur yang ekstensif, kelompok diskusi besar dan berbagai sesi kelompok fokus yang dilakukan di Malaysia, Belanda, dan Cina telah digunakan untuk mengidentifikasi aktivitas pengendalian halal dan aktivitas penjaminan dalam proses bisnis logistik, dengan fokus pada transportasi, pergudangan dan operasi terminal. Temuan penelitian menunjukkan karakteristik produk (bulk versus unitized, ambient versus cool chain) dan persyaratan pasar (negara Muslim atau non-Muslim) menentukan kerentanan rantai pasokan terhadap kontaminasi halal, di mana aktivitas kontrol halal dan aktivitas penjaminan dilakukan untuk mengurangi kerentanan rantai pasokan.
4. Penelitian yang dilakukan Mohamed Syazwan Ab Talib, Abu Bakar Abdul Hamid, dan Mohd Hafiz Zulfakar dengan judul “*Halal Supply Chain Critical Success Factors: A Literature Review*”,<sup>33</sup> ingin menemukan faktor penentu keberhasilan (CSF) untuk manajemen rantai pasokan Halal. Melalui studi literatur yang dilakukan disimpulkan bahwa Dukungan pemerintah, perencanaan transportasi, teknologi informasi, manajemen sumber daya manusia, hubungan kolaboratif,

---

<sup>33</sup> Mohamed Syazwan Ab Talib, Abu Bakar Abdul Hamid, dan Mohd Hafiz Zulfakar, “Halal Supply Chain Critical Success Factors: A Literature Review,” *Journal of Islamic Marketing* 6, no. 1 (2015): 44–71.

sertifikasi Halal, dan ketertelusuran Halal adalah CSF untuk rantai pasokan Halal.

5. Penelitian yang dilakukan Fadhlur Rahim Azmi, Abu Abdullah, Haslinda Musa, dan Wan Hasrulnizam Wan Mahmood dengan judul “*Perception of food manufacturers towards adoption of halal food supply chain in Malaysia Exploratory factor analysis*”<sup>34</sup> ingin menganalisis persepsi produsen makanan terhadap penerapan *halal food supply chain* (HFSC). Dengan melakukan analisis faktor eksplorasi, studi menemukan persepsi produsen makanan, yang diharapkan manfaat bisnis memainkan peran penting dalam penerapan HFSC. Integritas halal menjadi faktor kedua yang mengarahkan perusahaan untuk mengadopsinya. Kesiapan organisasi merupakan faktor ketiga yang mendorong perusahaan untuk mengadopsi HFSC.
6. Penelitian yang dilakukan Mohd Imran Khan, Shahbaz Khan, dan Abid Haleem dengan judul “*Analysing barriers towards management of Halal supply chain: a BWM approach*” ingin mengeksplorasi dan mengevaluasi hambatan dalam pengelolaan rantai pasokan Halal. Penurunan permintaan untuk produk halal adalah hambatan yang sangat berat. Hukum yang tidak tepat untuk mengatur industri Halal dan kurangnya kerangka kebijakan menghambat manajemen rantai pasokan Halal yang efektif.
7. Penelitian yang dilakukan Nur Faizah Binti Mat Zain, Harlina Suzana Binti Jaafar, dan Irwan Bin Ibrahim dengan judul “*Modelling Halal Supply Chain : Strategy For Industrial Parks in Malaysia*”<sup>35</sup> ingin menginterpretasikan isu-isu yang dihadapi di taman halal di Malaysia dan membahas model bagaimana taman halal khususnya diperlukan untuk menanggapi praktik mereka dilakukan dengan cara yang baik. Temuan

---

<sup>34</sup> Fadhlur Rahim Azmi et al., “Perception of food manufacturers towards adoption of halal food supply chain in Malaysia,” *Journal of Islamic Marketing* 11, no. 3 (2020): 571–89, doi:10.1108/JIMA-12-2018-0236.

<sup>35</sup> Nur Faizah Binti Mat Zain, Harlina Suzana Binti Jaafar, dan Irwan Bin Ibrahim, “Modelling Halal Supply Chain: Strategy For Industrial Parks in Malaysia,” *Advances in Transportation and Logistics Research*, 2018, 540–51.



penelitian menunjukkan empat elemen yang perlu diperbaiki dalam *supply chain logistics*. Unsur-unsur yang ditemukan adalah penyimpanan dan penanganan material, transportasi, gudang dan pengemasan.

8. Penelitian yang dilakukan Indrianawati Usman, Li'izzah Gindia Manzil, dan Norlinda Mohd Rozar dengan judul "*Assessing Halal Supply Chain Performance of Skincare Product Through SCOR Model at Aesthetic Clinic in Surabaya*"<sup>36</sup>, ingin menganalisis kinerja rantai pasok halal yang diterapkan pada produk perawatan kulit yang digunakan oleh klinik kecantikan bersertifikat halal di Surabaya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dan dirancang sebagai penelitian berbasis studi kasus eksploratif. Penelitian menganalisis kinerja rantai pasok halal menggunakan metode SCOR versi 11.0 yang kemudian diukur kesesuaiannya dengan unsur standar halal berdasarkan MS2200:1 (2008). Hasil penelitian menunjukkan ada dua kegiatan rantai pasok yang tidak sesuai dengan standar halal. Pertama, dalam komponen rantai pasokan "membuat" pemasok. Kedua, pada "delivery" komponen rantai pasok yang dilakukan oleh perusahaan.
9. Penelitian yang dilakukan Fauzan Aziz, Retno Setyorini, dan Yulia Nur Hasanah dengan judul "*Analisis Halal Supply Chain pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Makanan di Kota Bandung*"<sup>37</sup>, ingin melakukan Analisis Rantai Pasokan Halal Usaha Kecil Menengah (UKM) di Bandung. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan metode deskriptif asosisatif. Faktor keberhasilan Halal Supply Chain berpengaruh positif dan signifikan terhadap Implementasi Halal Supply Chain pada UKM Makanan di Kota Bandung, dengan kontribusi sebesar 63,8%.

---

<sup>36</sup> Indrianawati Usman, Li'izzah Gindia Manzi, dan Norlinda Mohd Rozar, "Assessing Halal Supply Chain Performance of Skincare Product Through SCOR Model at Aesthetic Clinic in Surabaya," *AgBioForum* 23, no. 2 (2021): 22–36.

<sup>37</sup> Fauzan Aziz, Retno Setyorini, dan Yulia Nur Hasanah, "Analisis Halal Supply Chain pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Makanan di Kota Bandung," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 7, no. 01 (2021): 293–301.



10. Penelitian yang dilakukan Bernadhetta Vivi Kristiana, Anita Indrasari, dan Ida Giyanti dengan judul “*Halal Supply Chain Management* dalam Optimalisasi Penerapan Sertifikasi Halal UMKM”<sup>38</sup> ingin merumuskan cara mengoptimalkan penerapan sertifikasi halal untuk meningkatkan profit UMKM halal dengan menganalisis *halal supply chain management*. Metode kualitatif dengan telaah literatur digunakan dalam penelitian ini menghasilkan rumusan untuk mengoptimalkan penerapan sertifikasi halal UMKM, yaitu komitmen top management dalam penerapan kebijakan halal, kontinuitas pemenuhan bahan baku, membangun hubungan kerja dengan pemasok bahan baku, pelatihan untuk karyawan, pengadaan SOP dan pencatatan keuangan yang jelas, serta membangun struktur jaringan yang baik untuk pihak yang terlibat
11. Penelitian yang dilakukan Christine Natalia dan Robertus Astuario dengan judul “Penerapan Model Green SCOR untuk Pengukuran Kinerja Green Supply Chain” ingin mengukur kinerja Green Supply Chain Management dalam rantai pasok sebuah industri manufaktur. Pengukuran kinerja dilakukan pada dua proses utama, yaitu perancangan model pengukuran kinerja serta pembobotan dan penilaian kinerja. Penelitian ini menggunakan model Green SCOR (*Supply Chain Operations Reference*) untuk merancang model pengukuran dan metode AHP (*Analytical Hierarchy Process*) untuk menentukan bobotnya. Hasilnya perbaikan berkelanjutan dalam rantai pasokan dengan menggunakan model Green SCOR akan meningkatkan kinerja perusahaan, meningkatkan citra perusahaan dan pada akhirnya mempromosikan kelestarian lingkungan untuk masa depan umat manusia.
12. Penelitian yang dilakukan Herlinda Padillah, Yulison Herry Chrisnanto, dan Agung Wahana dengan judul “*Model supply chain operation reference (SCOR) dan analytic hierarchy process (AHP) untuk sistem pengukuran kinerja supply chain management*” bertujuan ingin

---

<sup>38</sup> Bernadhetta Vivi Kristiana, Anita Indrasari, dan Ida Giyanti, “Halal Supply Chain Management dalam Optimalisasi Penerapan Sertifikasi Halal UMKM,” *Performa: Media Ilmiah Teknik Industri* 19, no. 2 (2020): 113–20, doi:10.20961/performa.19.2.46379.

melakukan pengukuran kinerja SCM secara khusus yaitu mendukung perancangan tujuan, evaluasi kinerja, serta menentukan langkah-langkah ke depan baik pada level strategi, taktik, dan operasional. Pengukuran kinerja SCM dapat direalisasikan secara terkomputerisasi oleh sistem dengan model pengukuran kinerja SCM yaitu Supply Chain Operation Reference (SCOR) dan metode Analytic Hierarchy Process (AHP) untuk pembobotan tingkat kepentingan Indikator metrik pengukuran. Sistem pengukuran kinerja akan menghasilkan keluaran berupa nilai total kinerja SCM dan kategori tingkatan indikator kinerja SCM perusahaan.

13. Penelitian yang dilakukan Zahro Ubaydilla dan Muhamad Said Fathurohman dengan judul “Implementasi *Halal Traceability Supply Chain* Dengan Model *Supply Chain Operation Reference* (SCOR) Industri Makanan Halal” ingin menggambarkan hasil implementasi dari sistem halal traceability supply chain pada produk makanan halal pengolahan daging di perusahaan Ternaknesia Farm Innovation. Penerapan sistem halal traceability di perusahaan mampu meminimalisir terjadinya ancaman kontaminasi zat haram yang ditelusuri dari implementasi pada proses model SCOR yaitu plan,resource,make, deliver return, dan enable dengan mengembangkan konsep halal dan thoyyib pada produk daging halal yang dijual. Teknologi yang digunakan dalam implementasi pelacakan proses ketertelusuran halal atau halal traceability system yaitu dengan penggunaan label QR Barcode Scan dan didukung penggunaan EPICS code pada produk daging halal yang dijual di perusahaan, sehingga memberikan jaminan ketelusuran halal rantai pasok kepada konsumen.
14. Penelitian yang dilakukan Rizki Wahyuniardi, Moh. Syarwani, dan Ryan Anggani dengan judul “Pengukuran Kinerja Supply Chain Dengan Pendekatan Supply Chain Operation References (SCOR)” ingin Mengukur kinerja rantai pasok perusahaan dengan menggunakan pendekatan Supply Chain Operation References (SCOR). Hasil

penelitian menunjukkan kinerja rantai pasok perusahaan berada pada posisi rata-rata.

15. Penelitian yang dilakukan Zainuddin dan Iwan Vanany dengan judul “Pengukuran Kinerja Supply Chain Dengan Pendekatan Supply Chain Operation References (SCOR)”, penelitian bertujuan *Supply chain analysis* menggunakan model *Supply Chain Operation Reference* (SCOR) untuk menggambarkan aliran rantai pasok perusahaan. Penelitian ini menggunakan studi kasus salah satu perusahaan ETO yang memproduksi mesin boiler dengan order *fulfillment time* yang sangat lama yakni lebih dari 1 tahun. Hasil analisa rantai pasok mengusulkan untuk melakukan perbaikan pada proses *Source* sehingga bisa didapatkan order *fulfillment time* yang lebih pendek.

Berikut beberapa penelitian terdahulu yang dianggap relevan antara lain tersaji dalam Tabel 1 berikut.

UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti	Judul	Hasil	Persamaan	Perbedaan
1.	Tieman (2011)	<i>"The application of Halal in supply chain management: in-depth interviews"</i>	Manajemen rantai pasokan halal didasarkan pada menghindari kontak langsung dengan Haram, mengatasi risiko kontaminasi dan memastikan bahwa hal itu sejalan dengan persepsi konsumen Muslim.	Manajemen rantai pasokan halal	Menggunakan analisis SCOR  Menggunakan analisis kualitatif eksploratif  Objek HNI-HPAI Halal Mart Di Kabupaten Magetan
2.	Omar dan Jaafar (2011)	<i>"Halal Supply Chain in the Food Industry- A Conceptual Model"</i>	Pakan ternak halal, penyembelihan yang tepat dan pemisahan yang tepat adalah tiga area terkait yang perlu difokuskan dalam rantai pasokan makanan halal.	<i>Halal Supply Chain</i>	Menggunakan analisis SCOR  Menggunakan analisis kualitatif eksploratif  Objek HNI-HPAI Halal Mart Di Kabupaten Magetan
3.	Tieman et al. (2012)	<i>"Principles in halal supply chain management"</i>	Karakteristik produk dan persyaratan pasar (negara Muslim atau non-Muslim) menentukan kerentanan rantai pasokan terhadap kontaminasi halal, di mana kontrol halal kegiatan dan kegiatan jaminan dilakukan untuk mengurangi kerentanan rantai pasokan	<i>Halal supply chain management</i>	Menggunakan analisis SCOR  Menggunakan analisis kualitatif eksploratif  Objek HNI-HPAI Halal Mart Di Kabupaten Magetan
4.	Talib et al. (2015)	<i>"Halal Supply Chain Critical</i>	Dukungan pemerintah,	<i>Halal Supply</i>	Menggunakan analisis

No.	Peneliti	Judul	Hasil	Persamaan	Perbedaan
		<i>Success Factors: A Literature Review</i>	perencanaan transportasi, teknologi informasi, manajemen sumber daya manusia, hubungan kolaboratif, sertifikasi Halal, dan ketertelusuran Halal adalah CSF untuk rantai pasokan Halal.	<i>Chain</i>	SCOR  Menggunakan analisis kualitatif eksploratif  Objek HNI-HPAI Halal Mart Di Kabupaten Magetan
5.	Azmi et al (2020)	<i>“Perception of food manufacturers towards adoption of halal food supply chain in Malaysia Exploratory factor analysis”</i>	Integritas halal menjadi faktor kedua yang mengarahkan perusahaan untuk mengadopsinya. Kesiapan organisasi merupakan faktor ketiga yang mendorong perusahaan untuk mengadopsi HFSC.	<i>Halal Supply Chain</i>	Menggunakan analisis SCOR  Menggunakan analisis kualitatif eksploratif  Objek HNI-HPAI Halal Mart Di Kabupaten Magetan
6.	Khan et al (2019)	<i>“Analysing barriers towards management of Halal supply chain: a BWM approach”</i>	Penurunan permintaan untuk produk halal adalah hambatan yang sangat berat. Hukum yang tidak tepat untuk mengatur industri Halal dan kurangnya kerangka kebijakan menghambat manajemen rantai pasokan Halal yang efektif	<i>Halal supply chain management</i>	Menggunakan analisis SCOR  Menggunakan analisis kualitatif eksploratif  Objek HNI-HPAI Halal Mart Di Kabupaten Magetan
7.	Zain et al. (2018)	<i>“Modelling Halal Supply Chain : Strategy For Industrial Parks in Malaysia”</i>	Empat elemen yang perlu diperbaiki dalam supply chain logistics. Unsur-unsur yang ditemukan adalah	<i>Strategi Halal supply chain</i>	Menggunakan analisis SCOR  Menggunakan analisis



No.	Peneliti	Judul	Hasil	Persamaan	Perbedaan
			penyimpanan dan penanganan material, transportasi, gudang dan pengemasan		kualitatif eksploratif  Objek HNI-HPAI Halal Mart Di Kabupaten Magetan
8.	Usman et al. (2021)	<i>“Assessing Halal Supply Chain Performance of Skincare Product Through SCOR Model at Aesthetic Clinic in Surabaya”</i>	ada dua kegiatan rantai pasok yang tidak sesuai dengan standar halal. Pertama, dalam komponen rantai pasokan "membuat" pemasok. Kedua, pada “delivery” komponen rantai pasok yang dilakukan oleh perusahaan.	<i>SCOR Model</i>	Objek HNI-HPAI Halal Mart Di Kabupaten Magetan
9.	Aziz et al. (2021)	“Analisis Halal Supply Chain pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Makanan di Kota Bandung”	faktor keberhasilan Halal Supply Chain berpengaruh positif dan signifikan terhadap Implementasi Halal Supply Chain pada UKM Makanan di Kota Bandung, dengan kontribusi sebesar 63,8%	Halal Supply Chain	Menggunakan analisis SCOR  Menggunakan analisis kualitatif eksploratif  Objek HNI-HPAI Halal Mart Di Kabupaten Magetan
10.	Kristiana et al. (2020)	<i>“Halal Supply Chain Management dalam Optimalisasi Penerapan Sertifikasi Halal UMKM”</i>	Penelitian ini menghasilkan rumusan untuk mengoptimalkan penerapan sertifikasi halal UMKM, yaitu komitmen top management dalam penerapan kebijakan halal, kontinuitas pemenuhan bahan baku, membangun	<i>Halal Supply Chain Management</i>	Menggunakan analisis SCOR  Menggunakan analisis kualitatif eksploratif  Objek HNI-HPAI Halal Mart Di



No.	Peneliti	Judul	Hasil	Persamaan	Perbedaan
			hubungan kerja dengan pemasok bahan baku, pelatihan untuk karyawan, pengadaan SOP dan pencatatan keuangan yang jelas, serta membangun struktur jaringan yang baik untuk pihak yang terlibat		Kabupaten Magetan
11.	Natalia dan Astuario (2015)	“Penerapan Model Green SCOR untuk Pengukuran Kinerja Green Supply Chain”	Perbaikan berkelanjutan dalam rantai pasokan dengan menggunakan model Green SCOR akan meningkatkan kinerja perusahaan	Supply Chain dan SCOR model	<i>Halal Supply Chain Management</i>  Menggunakan analisis kualitatif eksploratif  Objek HNI-HPAI Halal Mart Di Kabupaten Magetan
12.	Padillah et al. (2016)	“Model supply chain operation reference (scor) dan analytic hierarchy process (ahp) untuk sistem pengukuran kinerja supply chain management”	Sistem pengukuran kinerja akan menghasilkan keluaran berupa nilai total kinerja SCM dan kategori tingkatan indikator kinerja SCM perusahaan	Supply Chain Msnagement dan SCOR model	<i>Halal Supply Chain Management</i>  Menggunakan analisis kualitatif eksploratif  Objek HNI-HPAI Halal Mart Di Kabupaten Magetan
13.	Ubaydilla dan Fathurohman (2021)	“Implementasi Halal Traceability Supply Chain Dengan Model Supply Chain Operation Reference (Scor)”	Penerapan sistem halal traceability di perusahaan mampu meminimalisir terjadinya ancaman	<i>Halal Supply Chain</i> dan SCOR model	Objek HNI-HPAI Halal Mart Di Kabupaten Magetan

No.	Peneliti	Judul	Hasil	Persamaan	Perbedaan
		Industri Makanan Halal”	kontaminasi zat haram yang ditelusuri dari implementasi pada proses model SCOR		
14.	Wahyuniardi dan Syarwani (2017)	“Pengukuran Kinerja Supply Chain Dengan Pendekatan Supply Chain Operation References (SCOR)”	Kinerja rantai pasok perusahaan berada pada posisi rata-rata	Supply Chain dan SCOR model	<i>Halal Supply Chain Management</i>  Menggunakan analisis kualitatif eksploratif  Objek HNI-HPAI Halal Mart Di Kabupaten Magetan
15.	Zainuddin dan Vanany (2015)	“Pengukuran Kinerja Supply Chain Dengan Pendekatan Supply Chain Operation References (SCOR)”	Mengusulkan untuk melakukan perbaikan pada proses Source sehingga bisa didapatkan order fulfillment time yang lebih pendek.	Supply Chain dan SCOR model	<i>Halal Supply Chain Management</i>  Menggunakan analisis kualitatif eksploratif  Objek HNI-HPAI Halal Mart Di Kabupaten Magetan

UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## H. Metode Penelitian

### 1. Pendekatan Penelitian

Pendekatan kualitatif eksploratif digunakan dalam penelitian ini dengan jenis penelitian studi kasus.<sup>39</sup> Hal ini bertujuan untuk menggambarkan keadaan status fenomena secara sistematis dan rasional mengenai strategi *halal supply chain management* HNI HPAI melalui analisis model hierarkis berbasis *Supply Chain Operation References* (SCOR).

### 2. Jenis dan Sumber Data

#### a. Jenis Data

##### 1) Data Primer

Data primer merupakan data yang diambil secara langsung berdasarkan subjek penelitian. data yang terdapat dalam penelitian ini berdasarkan informasi yang berlatar belakang dari informan kunci atau *key informan* Agency Center HNI-HPAI Halal Mart Al Jannah Kabupaten Magetan yakni Ustazah Sri Mulyani, dan 5 Informan pendukung Bapak Rahman divisi distribusi di Agency Center HNI-HPAI Al Jannah, Stokis Center Mantab Halal Mart Kabupaten Magetan yakni, Ibu Widya Yusti Atlisiaji (Rekan Ustazah Sri Mulyani), Athifah Iklil Wajihah (Konsumen Umur 12 tahun) serta Aisyatur Rahmah konsumen umur (Konsumen umur 29 tahun), ibu umu kulsum (konsumen umur 60 tahun). Pengambilan data ini dilakukan dengan cara observasi, wawancara, serta dokumentasi mengenai *Strategi Halal Supply Chain Management* dengan analisis SCOR Model.

##### 2) Data Sekunder

Data sekunder merupakan salah satu data yang berfungsi sebagai pendukung pada penelitian yang diperoleh peneliti dari sumber yang sudah ada seperti, catatan atau dokumentasi Profil PT HNI

---

<sup>39</sup> Burhan Bungin, *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial lainnya* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2016), 48.

HPAI dan Agency Center HNI-HPAI Halal Mart Kabupaten Magetan.

b. Sumber Data

1) Sumber Data Primer

Merupakan segala sesuatu yang berkaitan dan mendapatkan informasi mengenai penelitian ini. Yakni dengan wawancara kepada Agency Center HNI-HPAI Halal Mart Al Jannah Kabupaten Magetan yakni Ustazah Sri Mulyani, dan 5 Informan pendukung Divisi distribusi Bapak Rahman, Stokis Center Mantab Halal Mart Kabupaten Magetan yakni, Ibu Widya Yusti Atlisiaji (Rekan Ustazah Sri Mulyani), Athifah Iklil Wajihah (Konsumen Umur 12 tahun) serta Aisyatur Rahmah konsumen umur (Konsumen 29 tahun), ibu Umu Kulsum (Konsumen umur 60 Tahun).

**Tabel 2. Data Informan Penelitian Tesis Melalui Wawancara**

<b>Nama</b>	<b>Jabatan</b>
Ibu Sri Mulyani	Pimpinan Agency center Al Jannah (AC) HNI HPAI Kabupaten Magetan
Bapak Rahman	Divisi Distribusi dan pengelola lapak offline online Produk Agency center Al Jannah HNI HPAI Cabang Kabupaten Magetan
Ibu Widya	Pemilik Stokis Center Mantab Halal Mart HNI HPAI Magetan (Rekan Bisnis atau Rekan Kerjasama)
Aisyatur Rahmah	Konsumen
Athifah Iklil Wajihah	Konsumen
Ummu Kulsum	Konsumen

## 2) Data Sekunder

Laporan kinerja halal SCM, referensi terdahulu yang relevan dengan pembahasan strategi *halal supply chain management* dan analisis SCOR Model.

### 3. Teknik Pengumpulan data

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif yang mana penelitian menggunakan berbagai cara guna mendapatkan serta mengumpulkan data dengan jelas, spesifik, dan mendalam. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian kualitatif sebagai berikut:

#### a. Observasi

Observasi dapat diartikan sebagai salah satu teknik pengumpulan data dalam penelitian apa pun, termasuk penelitian kualitatif, dan digunakan untuk memperoleh informasi atau data sebagaimana tujuan penelitian. Tujuan data observasi adalah untuk mendeskriptifkan latar yang diobservasi; kegiatan-kegiatan yang terjadi di latar itu; orang-orang yang berpartisipasi dalam kegiatan-kegiatan; makna latar, kegiatan-kegiatan, dan nonpartisipasi.<sup>40</sup> Observasi dalam penelitian ini melibatkan kegiatan melihat, mencatat, menganalisis, dan menginterpretasikan strategi *halal supply chain management* dan analisis SCOR Model. Observasi dilakukan di HNI HPAI untuk mencari informasi terkait aktivitas rantai pasok perusahaan.

#### b. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (interviewer) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu. Tujuan wawancara adalah untuk mendapatkan

---

<sup>40</sup> Rumlan Ahmadi, *Metodi Penelitian Kualitatif* (Yogyakarta: AR – Ruzz Media, 2017), 161.

informasi lebih mendalam tentang penelitian.<sup>41</sup> Maka dari ini, wawancara semi-terstruktur dilakukan dengan personel rantai pasok dari Agency Center HNI-HPAI Halal Mart Al Jannah Kabupaten Magetan yakni Ustazah Sri Mulyani. Model SCOR digunakan untuk mengidentifikasi, mengevaluasi, dan memantau kinerja rantai pasokan. Pengukuran kinerja rantai pasok dalam penelitian ini difokuskan pada dimensi kehalalan kegiatan rantai pasok.

c. Metode dokumentasi

Merupakan sarana pembantu peneliti dalam mengumpulkan data atau informasi dengan cara membaca surat-surat, pengumuman, iktisar rapat, pernyataan tertulis kebijakan tertentu dan bahan-bahan tulisan lainnya. Cara menganalisis isi dokumen ialah dengan memeriksa dokumen secara sistematis.

#### 4. Teknik analisis Data

Analisis menggunakan model rantai pasok halal yang dikembangkan melalui penelusuran baik hulu maupun hilir, penyamakan, pengemasan dan pelabelan, organisasi (kolaborasi) dan sertifikasi halal. Operasi transportasi, penyimpanan dan penanganan yang harus sesuai dengan hukum Islam dan memenuhi persyaratan pasar yang ditargetkan. Penelitian difokuskan pada bisnis proses rantai pasok, khususnya kinerja rantai pasok halal. Adapun teknik proses analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- a. Menggunakan model SCOR untuk mengidentifikasi dimensi halal dalam aliran rantai pasok perusahaan, meliputi *plan*, *source*, *make*, *deliver*, *return*, dan *enable* yang terjadi pada produk HNI HPAI dengan melakukan wawancara dengan pihak internal perusahaan.

Menggunakan model rantai pasok Halal (Tieman), untuk mengukur analisis kinerja rantai pasok halal yang telah dilakukan oleh perusahaan dan jaringan anggota rantai pasok.

---

<sup>41</sup> Wiley, *Metode Penelitian untuk Bisnis pendekatan pengembangan – keahlian* (Yogyakarta: Salemba Empat, 2013), 151.



- b. Memberikan saran perbaikan terhadap *halal supply chain management* yang telah diterapkan oleh perusahaan selama ini.
- c. Memberikan kesimpulan kinerja halal dan saran penelitian.

## I. Sistematika Pembahasan

Sistematika ke penulisan pada penelitian ini terbagi menjadi beberapa bab, dimana setiap bab memiliki sub bab pembahasan sehingga dapat memudahkan pembaca ketika membaca hasil penelitian tersebut.

Bab pertama memuat uraian tentang latar belakang masalah, identifikasi dan batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan hasil penelitian, kerangka teoretik, penelitian terdahulu, metode penelitian, dan sistematika pembahasan.

Bab kedua memuat tentang kerangka teori yang berisi tentang penjelasan teori sebagai landasan atau komparasi analisis yang dilakukan dalam penelitian. Dalam kerangka teori ini terdapat uraian tentang *Strategi Halal Supply Chain Management* dan analisis model hierarkis berbasis *Supply Chain Operation References* (SCOR).

Bab ketiga memuat tentang data penelitian yang berkaitan dengan variabel yang diteliti secara objektif, lengkap, dan jelas. Dalam bab ini akan menjelaskan tentang gambaran umum objek penelitian yaitu HNI HPAI baik sejarah berdirinya perusahaan beserta gambaran mengenai *halal supply chain management*.

Bab keempat memuat tentang analisis data dimana dalam bab ini mendeskripsikan tentang hasil dari analisis penelitian yaitu menjawab tentang strategi *halal supply chain management* HNI HPAI berdasarkan sistem model manajemen rantai pasok halal sehingga mampu menghadapi peluang dan tantangan bisnis produk halal dan menganalisis kinerja rantai pasok HNI HPAI menggunakan analisis model hierarkis berbasis *Supply Chain Operation References* (SCOR).

Bab kelima sebagai penutup memuat tentang kesimpulan dan saran dari penelitian. Hal ini juga dapat dijadikan sebagai masukan dan saran bagi perusahaan Investree untuk menentukan pengembangan, memaksimalkan

kemajuan sebagai objek yang diteliti. Selain itu juga dapat dijadikan masukan dan saran bagi peneliti selanjutnya ketika melakukan penelitian.



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

**BAB II**  
**MODEL HALAL SUPPLY CHAIN MANAGEMENT DAN SUPPLY CHAIN**  
**REFERENCE (SCOR)**

**A. Konsep Supply Chain Management**

**1. Definisi Supply Chain**

*Supply chain* atau rantai pasokan mencakup setiap upaya yang terlibat dalam memproduksi dan mengirimkan produk akhir dari pemasok pemasok ke pelanggan pelanggan.<sup>42</sup> *Supply chain* adalah urutan proses (pengambilan keputusan dan pelaksanaan) dan aliran (bahan, uang, dan informasi) yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan akhir dan berlangsung di dalam dan di antara berbagai tahap pasokan.<sup>43</sup> *Supply chain* juga merupakan jaringan perusahaan yang bekerja sama untuk membuat produk dan mengirimkannya ke pengguna akhir. Perusahaan-perusahaan ini biasanya mencakup pemasok, produsen, distributor, toko atau pengecer, dan perusahaan pendukung seperti perusahaan jasa logistik.<sup>44</sup>

Sebuah rantai pasokan terdiri dari semua pihak yang terlibat, secara langsung atau tidak langsung, dalam memenuhi permintaan pelanggan. Rantai pasokan tidak hanya mencakup produsen dan pemasok, tetapi juga pengangkut, gudang, pengecer, dan bahkan pelanggan itu sendiri. Dalam setiap organisasi, seperti produsen, rantai pasokan mencakup semua fungsi yang terlibat dalam menerima dan memenuhi permintaan pelanggan. Fungsi-fungsi ini termasuk, tetapi tidak terbatas pada, pengembangan produk baru, pemasaran, operasi, distribusi, keuangan, dan layanan pelanggan.<sup>45</sup>

Berdasarkan definisi di atas secara konseptual *supply chain* didefinisikan sebagai sistem yang lengkap dari pendistribusian dan

---

<sup>42</sup> Usman, Manzi, dan Rozar, *op. cit.*, 23.

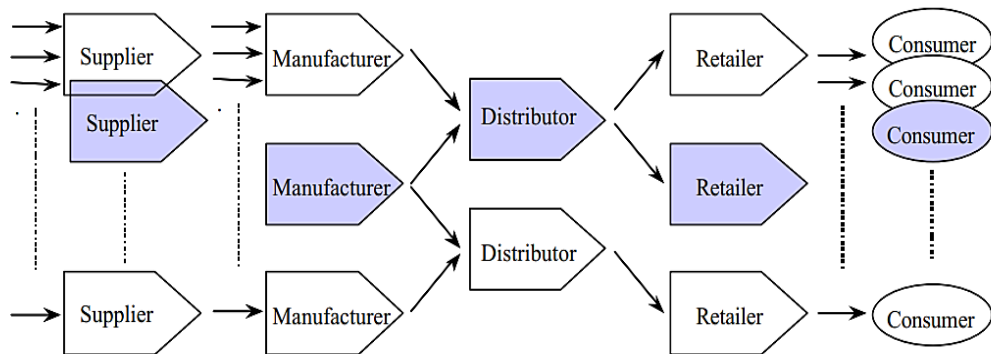
<sup>43</sup> Jack Van Der Vorst, *Supply Chain Management: theory and practices* (Netherlands: Wageningen University & Research, 2004), 2.

<sup>44</sup> I Nyoman Pujawan, *Supply chain management*, 3 ed. (Yogyakarta: Andi, 2017), 2.

<sup>45</sup> Sunil Chopra dan Peter Meindl, *Supply Chain Management: Strategy, Planning, and Operation*, Sixth Edit (England: Pearson Education Limited, 2016), 13.

penambahan nilai pada produk yang dimulai dari bahan mentah hingga produk jadi dan dari perusahaan hingga pembeli akhir.

Gambar 2.1 menggambarkan rantai pasokan generik dalam konteks jaringan rantai pasokan total. Setiap perusahaan milik setidaknya satu rantai pasokan: yaitu biasanya memiliki banyak pemasok dan pelanggan.<sup>46</sup>



**Gambar 3. Diagram skema rantai pasokan (berbayang) dalam jaringan rantai pasokan total**

## 2. Definisi *Supply Chain Management*

*Supply chain Management* mencakup aktivitas di seluruh *supply chain* yaitu aktivitas nilai tambah dari penggalian sumber daya, mengubahnya menjadi produk dan mengirimkannya ke konsumen akhir. *Supply chain Management* pertama kali diperkenalkan pada tahun 1982 oleh Keith Oliver. *Supply chain Management* adalah kompleks dan melibatkan beberapa departemen perusahaan seperti pengadaan yang memperoleh sumber daya, logistik yang mengangkut bahan dan produk, manufaktur, inventaris (pergudangan), dan distribusi.<sup>47</sup>

*Supply chain Management* ialah rangkaian pendekatan yang digunakan untuk mengintegrasikan pemasok, produsen, gudang dan juga toko secara efektif agar persediaan barang bisa diproduksi serta didistribusikan dengan jumlah yang tepat, ke lokasi yang tepat, serta di waktu yang tepat

<sup>46</sup> Vorst, *op. cit.*, 14.

<sup>47</sup> Hashim et al., *op. cit.*, 233.

sehingga biaya keseluruhan sistem bisa diminimalisir dengan tujuan untuk memuaskan kebutuhan dan layanan.<sup>48</sup>

*Supply Chain Management* adalah perencanaan, koordinasi, dan pengendalian terintegrasi dari semua proses bisnis dan aktivitas dalam rantai pasokan untuk memberikan nilai konsumen yang unggul dengan biaya yang lebih rendah ke rantai pasokan secara keseluruhan sambil memenuhi persyaratan pemangku kepentingan lainnya dalam rantai pasokan (misalnya pemerintah dan LSM)<sup>49</sup> *Supply Chain Management* telah diidentifikasi sebagai proses, disiplin, filosofi, struktur tata kelola, dan fungsi. *Supply Chain Management* adalah pendekatan yang dimulai dengan perencanaan dan pengendalian material, logistik, layanan, dan arus informasi dari pemasok ke produsen atau penyedia layanan hingga klien akhir.<sup>50</sup>

*Supply Chain Management* pada dasarnya dapat dikatakan sebagai suatu proses produksi mulai mendapatkan bahan baku dari supplier kemudian proses pengolahan bahan menjadi bahan jadi, proses penyimpanan barang sebelum proses pendistribusian, sampai dengan proses pengiriman bahan baku retailer-retailer yang dapat dijangkau konsumen.<sup>51</sup> Penjelasan lebih sederhana tentang *supply chain management* mendefinisikan manajemen rantai pasokan sebagai integrasi proses bisnis dari pengguna akhir melalui pemasok asli yang menyediakan produk, layanan, dan informasi yang menambah nilai bagi pelanggan.<sup>52</sup>

### 3. Praktik *Supply Chain Management*

Praktik *Supply Chain Management* didefinisikan sebagai serangkaian kegiatan yang dilakukan oleh organisasi untuk mempromosikan manajemen rantai pasokan yang efektif sebagai pendekatan yang diterapkan dalam integrasi, manajemen, dan koordinasi pasokan, permintaan, dan hubungan

---

<sup>48</sup> David Simchi-Levi dan Philip Kaminsky, *Designing and Managing the Supply Chain: Concepts, Strategies, and Case Studies* (United State of America: McGraw-Hill Education, 2021), 1.

<sup>49</sup> Vorst, *op. cit.*, 6.

<sup>50</sup> Stanley E. Fawcett, Lisa M. Ellram, dan Jeffrey A. Ogden, *Supply Chain Management From Vision to Implementation* (England: Pearson Education Limited, 2014), 6.

<sup>51</sup> Pujawan, *op. cit.*, 7.

<sup>52</sup> Usman, Manzi, dan Rozar, *op. cit.*, 23.

untuk memuaskan klien dengan cara yang efektif dan sebagai pendekatan untuk melibatkan pemasok dalam pengambilan keputusan, mendorong informasi, dan berbagi serta mencari cara baru untuk mengintegrasikan kegiatan hulu. Akibatnya, ini melibatkan pengembangan kontak pelanggan dengan umpan balik pelanggan untuk mengintegrasikan aktivitas hilir dan mengirimkan pesanan langsung ke pelanggan.<sup>53</sup>

Praktik *Supply Chain Management* SCM dapat diklasifikasikan menjadi tiga kategori:

1. Operasi: berhubungan dengan operasi fasilitas sehari-hari seperti pabrik atau pusat distribusi untuk memastikan bahwa cara yang paling menguntungkan untuk memenuhi pesanan pelanggan dijalankan. Contohnya termasuk manajemen persediaan dan produksi, perencanaan, dan penjadwalan. Fokusnya adalah pada pengembangan alat matematika yang membantu operasi yang efisien dari keseluruhan rantai pasokan serta pengembangan perangkat lunak dan metode serta teknologi manufaktur yang lebih baik.
2. Desain: adalah rantai pasokan yang berfokus pada lokasi tempat keputusan dan tujuan Empat kategori model yang ditemukan dalam literatur: (1) model analitik deterministik, (2) model analisis stokastik (Lee, 2015), (3) model ekonomi, dan (4) model simulasi. Desain yang baik harus mengintegrasikan berbagai elemen rantai pasokan dan berupaya mengoptimalkan seluruh rantai daripada entitas individu. Berbagi informasi dan kontrolnya memainkan peran penting dalam integrasi, yang membutuhkan upaya yang sangat terkoordinasi dari para insinyur dan manajer.
3. Strategi: keputusan strategis dibuat oleh bisnis manajer, yang membutuhkan pemahaman rantai pasokan dinamis dan mengembangkan tujuan untuk seluruh rantai. Tugas ini juga mencakup evaluasi kritis alternatif konfigurasi dan kemitraan rantai pasokan, dan menentukan

---

<sup>53</sup> *Ibid.*



peluang yang dapat meningkatkan daya saing perusahaan sebagai bagian dari rantai pasokan atau jaringan rantai pasokan.<sup>54</sup>

## B. *Halal Supply Chain Management*

### 1. Definisi *Halal Supply Chain Management*

Konsep halal dapat diartikan apa yang sudah di ijin dan yang tidak di ijin ada Batasan serta perbuatan yang di ijin oleh Allah SWT. Sedangkan, Halal dalam islam sama dengan legal atau di ijin.<sup>55</sup> dengan artian bahwa, halal yakni segala sesuatu yang diperbolehkan atau diterima oleh umat Islam.<sup>56</sup> Sementara itu makna dari *Halal Supply Chain Management* dapat didefinisikan sebagai integrasi proses dan aktivitas bisnis dari bahan baku sampai dengan konsumen akhir.<sup>57</sup> Pernyataan ini didukung oleh Tieman et al., yang menyatakan bahwa *Halal Supply Chain Management* adalah sebuah manajemen jaringan halal dimana mempunyai suatu tujuan untuk memperluas integritas halal dari sumber ke titik pembelian konsumen. Halal sekarang berada dalam domain bisnis & pertukaran modern dan muncul sebagai paradigma baru untuk memastikan kualitas dan mempengaruhi cara hidup dengan mengubah sikap, selera, dan nilai-nilai orang.<sup>58</sup>

*Halal Supply Chain Management* merupakan proses penanganan produk makanan halal dari supplier sampai pada pembeli, dimana melibatkan pihak-pihak yang berbeda, tempat yang berbeda, dan dalam waktu bersamaan juga melibatkan penanganan produk nonhalal dengan tujuan untuk memuaskan kebutuhan konsumen baik konsumen produk halal dan non-halal.<sup>59</sup> *Halal Supply Chain Management* adalah integrasi proses bisnis dan aktivitas yang mencakup bidang pergudangan, proses sourcing, transportasi, pengelolaan produk, manajemen persediaan, dan manajemen lain mulai dari

<sup>54</sup> *Ibid.*, 23–24.

<sup>55</sup> Yusuf Al Qardhawi, *Halal dan Haram dalam Islam* (Surakarta: Era Intermedia, 2003), 4.

<sup>56</sup> Omar dan Jaafar, *op. cit.*, 385.

<sup>57</sup> *Ibid.*

<sup>58</sup> Tieman, van der Vorst, dan Ghazali, *op. cit.*, 219.

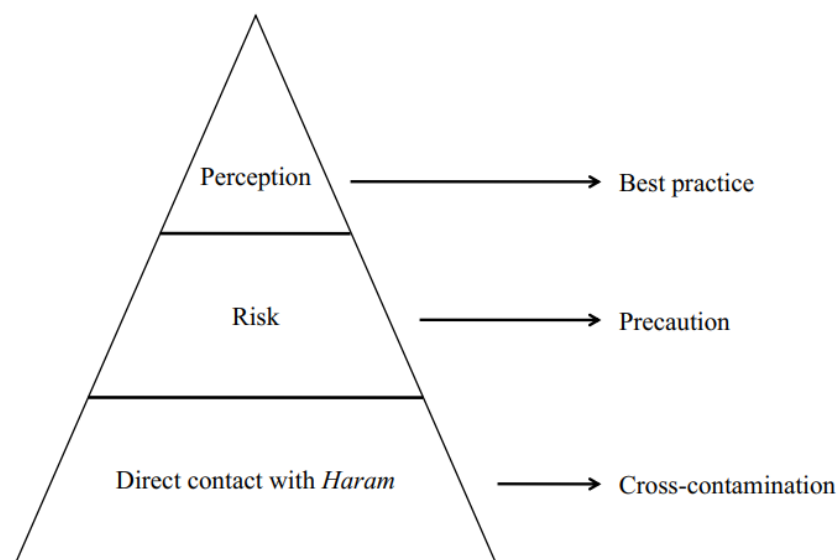
<sup>59</sup> Mohd Hafiz Zulfakar, Marhani Mohamed Anuar, dan Mohamed Syazwan Ab Talib, "Conceptual Framework on Halal Food Supply Chain Integrity Enhancement," *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 121 (2014): 61, doi:10.1016/j.sbspro.2014.01.1108.

bahan mentah sampai dengan produk dikonsumsi dengan berlandaskan hukum Islam yang dikenal dengan Syariah.<sup>60</sup>

Berdasarkan kajian di atas, konseptual *Halal Supply Chain Management* adalah integrasi proses dan aktivitas bisnis dari bahan baku sampai dengan konsumen akhir berlandaskan hukum Islam yang dikenal dengan Syariah.

## 2. Pondasi Dasar *Halal Supply Chain Management*

Ada tiga factor dalam landasan *Halal Supply Chain Management*. Tiga factor tersebut adalah kontak langsung dengan haram (dilarang), risiko kontaminasi dan persepsi konsumen Muslim. Selanjutnya didalam modelnya, risiko didasarkan pada karakteristik produk, seperti produk kering versus produk basah dan produk curah versus produk yang disatukan. Persepsi didasarkan pada kebutuhan pasar, seperti mazhab, fatwa lokal, dan adat istiadat setempat.<sup>61</sup>



**Gambar 4. Pondasi Dasar *Halal Supply Chain Management***  
Sumber: Tieman (2011)

Berdasarkan gambar 4 dapat diuraikan bahwa:

<sup>60</sup> Abdul Hafaz Ngah, Yuserie Zainuddin, dan Ramayah Thurasamy, "Barriers and enablers in adopting Halal transportation services : A study of Malaysian Halal Manufacturers," *International Journal of Business and Management* II, no. 2 (2014): 51.

<sup>61</sup> Tieman, *op. cit.*, 192.

- a. Kontak langsung dengan Haram, didasarkan ketika halal dan haram dicampur, haram menang dan yang memabukkan dalam jumlah banyak atau sedikit juga haram.
- b. Risiko, didasarkan Yang halal sudah jelas dan yang haram sudah jelas. Di antara keduanya ada hal-hal yang meragukan yang harus dihindari<sup>62</sup>
- c. Persepsi didasarkan adat bersifat arbitrer: praktik memiliki otoritas dan dapat menentukan masalah umum atau membatasi masalah yang tidak dibatasi, apapun yang menghantarkan Haram itu sendiri adalah Haram, hal-hal yang meragukan harus dihindari.

### 3. Model *Halal Supply Chain Management*

Model *Halal Supply Chain Management* menurut Tieman et al. terdiri dari kebijakan halal, tujuan halal SC, kontrol logistik, SC resources, proses bisnis SC, struktur jaringan SC, kinerja halal SC, produk, dan pasar (market).<sup>63</sup>

#### a. Kebijakan halal

Halal membutuhkan komitmen dari manajemen puncak melalui kebijakan halal, yang merupakan dasar dari organisasi rantai pasokan. Kebijakan halal antara lain membahas: tanggung jawab organisasi untuk melindungi integritas halal rantai pasokan; ruang lingkup sertifikasi halal organisasi; jaminan (komitmen) kepada konsumen atau pelanggan; dan metode jaminan (mekanisme kontrol; meliputi komite halal, petugas kepatuhan halal), dan inspeksi, dll).

Kebijakan halal (halal policy) menjadi landasan dasar dalam penerapan halal. Komitmen *top management* dalam melaksanakan halal menentukan sukses atau tidak penerapan halal. *Top management* yang memiliki komitmen yang kuat akan mendorong organisasi untuk menerapkan kebijakan halal sesuai dengan standar yang telah ditetapkan.

<sup>62</sup> Qardhawi, *op. cit.*, 33.

<sup>63</sup> Tieman, van der Vorst, dan Ghazali, *op. cit.*, 222.

Penerapan kebijakan halal akan memberikan standar yang jelas bagi organisasi mulai dari bahan mentah hingga produk jadi.<sup>64</sup>

b. Kontrol logistik

Kontrol logistik adalah jantung dari model rantai pasokan halal, yang memberikan dasar untuk pengambilan keputusan dan manajemen rantai pasokan yang efektif, mendefinisikan kontrol logistik sebagai organisasi, perencanaan dan pengendalian arus barang, mulai dari pengembangan, pengadaan, manufaktur, dan distribusi untuk pelanggan akhir. Dirancang untuk memenuhi kebutuhan klien dengan biaya rendah dan penggunaan dana yang terkendali. Elemen penting dalam pengendalian logistik meliputi: hierarki tingkat pengambilan keputusan, jenis pengambilan keputusan, lokasi titik *decoupling* pesanan pelanggan (CODP), dan tingkat koordinasi. Rantai pasokan terintegrasi hanya dapat dioptimalkan ketika pelaku rantai bekerja sama untuk meningkatkan seluruh rantai pasokan. Ini membutuhkan koordinasi.

Standar yang ada dalam kebijakan halal menjadikan rantai pasok untuk perusahaan menjadi jelas. Pemisahan bahan baku halal dan non-halal menjadi penting untuk diperhatikan, jika tidak dipisahkan akan menyebabkan kontaminasi bahan baku halal. Hubungan kerja antara perusahaan halal dan supplier merupakan hubungan yang saling bergantung dan saling menguntungkan sehingga hubungan yang baik akan meningkatkan kemampuan perusahaan halal dan supplier dalam menghasilkan produk halal yang berkualitas dan bernilai. Selain itu, kontinuitas dalam pemenuhan bahan baku dapat berjalan dengan lancar. Hubungan kerja yang baik dengan pemasok bahan baku dapat menjadi strategi untuk pemenuhan bahan baku secara kontinu. Hal tersebut akan berdampak pada waktu proses untuk distribusi dan pemesanan bahan baku lebih efisien.<sup>65</sup>

---

<sup>64</sup> Kristiana, Indrasari, dan Giyanti, *op. cit.*, 116.

<sup>65</sup> *Ibid.*

c. *Supply Chain Resources*

Sumber daya rantai pasokan menggambarkan organisasi dan manajemen informasi. Untuk organisasi bersertifikat halal diperlukan komite halal. Komite halal bertanggung jawab atas kepatuhan manajemen dan praktik sesuai dengan standar halal. Komite halal menyusun kebijakan halal, yang disahkan oleh direktur pelaksana/CEO perusahaan. Komite halal ini sebaiknya memiliki petugas kepatuhan halal yang bertindak sebagai auditor internal, namun dapat juga di-outsource ke pihak independen (bukan perusahaan sertifikasi halal).

Manusia menjadi faktor penting dalam melaksanakan kebijakan halal. Maka dari itu pelatihan terhadap karyawan mengenai penerapan kebijakan dan prosedur halal harus dilakukan. Selain menjaga komitmen bisnis halal dalam menerapkan kebijakan halal, pelatihan dapat meningkatkan keahlian karyawan. Karyawan yang terlatih akan memiliki tingkat produktivitas yang lebih baik daripada karyawan yang tidak menerima pelatihan. Pelatihan juga dapat mengurangi biaya proses yang timbul karena karyawan melakukan kesalahan sehingga terjadi ketidaksesuaian produk ataupun pengulangan proses produksi.<sup>66</sup>

d. *Supply Chain Business Processes* (Proses Bisnis SC)

Untuk rantai pasokan makanan halal, proses bisnis rantai pasokan pemenuhan pesanan pelanggan, manajemen aliran manufaktur dan pengadaan sangat penting. Proses pemenuhan pesanan pelanggan membawa persyaratan pemisahan pelanggan (pasar tujuan) di seluruh rantai pasokan. Manajemen aliran manufaktur adalah penanganan fisik produk halal di seluruh rantai pasokan, di mana aktivitas kontrol dan jaminan halal perlu dirumuskan untuk memperluas integritas halal dari sumber ke titik pembelian konsumen. Proses ini juga mencakup logistik. Akhirnya pengadaan sangat penting dalam rantai pasokan makanan halal, karena perannya dalam mendefinisikan dan mengelola struktur jaringan rantai pasokan hulu melalui strategi komoditas (strategi pembelian);

---

<sup>66</sup> *Ibid.*



menentukan spesifikasi, pemilihan pemasok dan integrasi (pembelian taktis); dan pemesanan, percepatan dan evaluasi pemasok (fungsi pemesanan). Peran mekanisme sosialisasi, sarana dimana keterlibatan pembeli-pemasok menghargai nilai-nilai halal, sangat penting karena sepenuhnya memediasi efek ukuran kinerja pemasok pada kinerja rantai pasokan.

Perusahaan halal tidak mengalami peningkatan profit setelah melakukan sertifikasi karena pencatatan keuangan yang kurang jelas dan *Standar Operational Procedure* (SOP) yang tidak jelas. Padahal dalam suatu proses bisnis pencatatan keuangan serta SOP menjadi hal yang penting. Namun pada praktiknya, masih banyak perusahaan yang tidak melakukan pencatatan keuangan dan tidak memiliki SOP. Pencatatan keuangan akan memberikan informasi yang jelas mengenai alur keuangan perusahaan halal sehingga kecil kemungkinan terjadi salah perhitungan. SOP akan membantu perusahaan halal melakukan proses bisnis. SOP dapat mengurangi tingkat kesalahan yang terjadi dan mengefisiensikan waktu proses. Perusahaan halal dapat menggunakan platform bisnis untuk meningkatkan efisiensi dalam proses bisnis halal. Platform bisnis tersebut terdiri dari sistem perencanaan sumberdaya perusahaan, *e-commerce*, serta data analisis dan virtualisasi merupakan implementasi proses bisnis secara fungsional.<sup>67</sup>

e. Struktur Jaringan Supply Chain

Struktur jaringan rantai pasokan adalah jaringan organisasi yang terhubung dan saling bergantung satu sama lain dan bekerja sama untuk mengelola, mengontrol, dan meningkatkan aliran bahan dan informasi. Rantai pasokan makanan halal rentan dan konfigurasi rantai pasokan dapat menjadi sumber risiko: risiko terkait mitra serta proses organisasi internal dalam penilaian risiko dan respon. Untuk integritas rantai pasokan halal, penting bahwa pihak-pihak dalam rantai pasokan halal bersertifikat halal (lebih disukai) atau memahami dan mematuhi

---

<sup>67</sup> *Ibid.*



persyaratan rantai pasokan halal. Karena integritas rantai pasokan merupakan fungsi dari integritas mitra rantai pasokan, maka pilihan mitra rantai pasokan harus mendapat prioritas utama dalam desain struktur jaringan rantai pasokan.

Struktur jaringan untuk stakeholder seperti pemasok, manufaktur, distributor, retailer, dan konsumen juga harus menjadi perhatian perusahaan halal. Struktur jaringan yang baik dapat mengoptimalkan proses yang terjadi sehingga akan berdampak pada peningkatan profit yang didapat. Membangun struktur jaringan yang baik dapat membantu perusahaan halal memasarkan produk. Melakukan kerja sama dengan pihak lain seperti supplier, manufaktur, distributor, dan retail dengan strategi rantai pasok yang handal akan membantu perusahaan halal dalam memenuhi kepuasan pelanggan. Kepuasan konsumen akan berdampak pada peningkatan penjualan. Penjualan yang meningkat tentu akan berbanding lurus dengan profit yang akan diperoleh.<sup>68</sup>

f. *Halal Supply Chain Performance*

Industri makanan halal agar dapat mengoptimalkan rantai pasokannya, maka harus memasukkan indikator baru dalam sistem pengukuran kinerjanya untuk memastikan bahwa rantai pasokannya tidak hanya efisien, tetapi juga efektif dalam melindungi integritas halal dan kuat dalam pelaksanaan rantai pasokannya. Untuk mengukur kinerja rantai pasokan halal, sangat penting untuk mengukur perspektif efektivitas rantai pasokan. Ini akan membahas dua aspek kunci, yaitu kualitas proses dan pemborosan. Kualitas proses membahas kekuatan/kepercayaan suatu merek, kredibilitas sertifikat halal dan keluhan konsumen yang diterima mengenai status kehalalan suatu produk. Limbah menangani limbah fisik dalam rantai pasokan, jejak karbon, dan sumber daya yang digunakan. Pemborosan terjadi di rantai pasokan dan juga oleh konsumen akhir. Limbah dalam rantai pasokan dapat dihindari atau diminimalkan dengan menggunakan kemasan

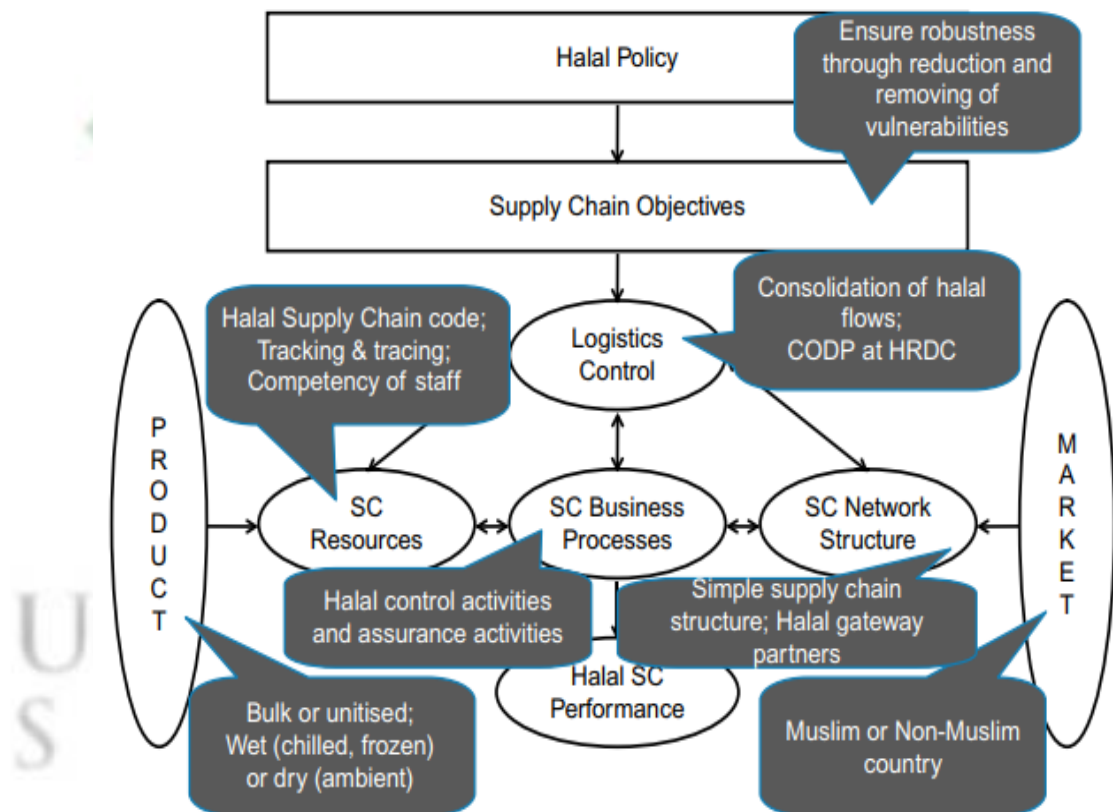
---

<sup>68</sup> *Ibid.*

transportasi yang benar (dapat digunakan kembali) dan kontrol lingkungan (suhu dan tingkat kelembaban). Limbah oleh konsumen akhir lebih sulit dikelola dari rantai pasokan.

Penerapan halal *supply chain model* tersebut tentu akan berdampak pada performansi perusahaan halal. Beberapa manfaat dan keuntungan yang diperoleh dalam mengintegrasikan strategi rantai pasok, yaitu: kepuasan pelanggan, meningkatkan pendapatan, menurunkan biaya, pemanfaatan aset semakin tinggi, dan usaha bisa semakin besar.<sup>69</sup>

Berdasarkan penjelasan di atas, Tieman et al. mengusulkan model *Halal Supply Chain Management* yang kuat tersaji pada gambar berikut:



**Gambar 5. Model Halal Supply Chain Management yang kuat**

Sumber: Tieman et al. (2012)

<sup>69</sup> *Ibid.*, 117.

### C. Pengukuran Kinerja

Untuk memahami sepenuhnya bagaimana pengukuran kinerja dikembangkan, perlu diketahui bagaimana rantai pasokan dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti: model rantai pasokan, industri, hubungan, integrasi dan perbedaan antara anggota SCM, strategi SC dan tujuan strategis, struktur, kompleksitas dan proses, pemangku kepentingan, permintaan dan karakteristik produk, tingkat regulasi, ruang lingkup SC, globalisasi dan cakupan geografis, jumlah peserta SC, teknologi, budaya dan sikap orang-orang yang terlibat. Faktor lain termasuk infrastruktur, pengetahuan operasi, tata kelola perusahaan, iklim sosial, inovasi. Penting juga untuk dicatat bahwa dalam rantai pasokan mungkin ada perbedaan dalam proses antara mitra SC atau antara wilayah geografis. Model rantai pasokan sebagian besar menggunakan dua ukuran kinerja yang berbeda: Biaya dapat mencakup biaya persediaan dan biaya operasi; Kombinasi biaya dan respons pelanggan, yang mencakup waktu tunggu, probabilitas kehabisan stok, dan rasio pengisian.<sup>70</sup>

*Performance measurement* atau bisa disebut pengukuran kinerja sangat penting untuk manajemen rantai pasokan, yaitu proses pengelolaan proses perencanaan, koordinasi, dan pengendalian pergerakan bahan, suku cadang, dan produk di seluruh rantai pasokan, dari pemasok hingga pelanggan akhir. Pengukuran kinerja rantai pasokan dapat memberikan informasi umpan balik yang penting untuk memungkinkan manajer memantau kinerja, mengungkapkan kemajuan, meningkatkan motivasi dan komunikasi, dan mendiagnosis masalah. Ini juga memberikan wawasan untuk mengungkapkan keefektifan strategi dan untuk mengidentifikasi kesuksesan dan peluang potensial.<sup>71</sup>

Terdapat banyak metode pengukuran kinerja yang biasanya digunakan untuk mengukur kinerja *supply chain* suatu perusahaan, dalam penelitian ini digunakanlah metode *Supply Chain Operations Reference (SCOR)*.

<sup>70</sup> Usman, Manzi, dan Rozar, *op. cit.*, 26.

<sup>71</sup> Simchi-Levi dan Kaminsky, *op. cit.*, 221.

#### D. *Supply Chain Operation Reference (SCOR)*

*Supply Chain Operation Reference (SCOR)* model adalah salah satu metode penyelesaian masalah dari strategi rantai pasok.<sup>72</sup> Bolstorff dan Rosenbaum, menjelaskan bahwa metode ini dibangun oleh *Supply Chain Council (SCC)* sebagai panduan implementasi strategi rantai pasok.<sup>73</sup> SCOR didefinisikan sebagai model yang menggambarkan aktivitas bisnis yang terkait dengan pemenuhan permintaan pelanggan, yang meliputi rencana, sumber, pembuatan, pengiriman, dan pengembalian. Penggunaan model termasuk menganalisis keadaan saat ini dari proses dan tujuan perusahaan, mengukur kinerja operasional, dan membandingkan kinerja perusahaan dengan data tolok ukur. SCOR telah mengembangkan seperangkat metrik dan informasi praktik terbaik yang dapat digunakan perusahaan untuk mengevaluasi kinerja rantai pasokan.<sup>74</sup>

Model SCOR menyediakan kerangka kerja yang menghubungkan proses dan matriks ke dalam struktur yang terintegrasi. Model SCOR dikembangkan bertujuan untuk menggambarkan aktivitas bisnis *supply chain* yang terkait kepada aspek kepuasan konsumen.<sup>75</sup> Penerapan model SCOR dapat mengidentifikasi indikator kinerja rantai pasok dengan menunjukkan proses rantai pasok perusahaan, sehingga dapat dijadikan evaluasi dalam meningkatkan kinerja rantai pasokan.<sup>76</sup> Pendukung model referensi operasi rantai pasokan (SCOR), kinerja rantai pasokan harus diukur pada beberapa tingkat dan menggunakan lima kategori metrik, yaitu: keandalan, daya tanggap, fleksibilitas, biaya dan indikator efisiensi.<sup>77</sup>

<sup>72</sup> Jamehshooran, Shaharoun, dan Haron, *op. cit.*, 1.

<sup>73</sup> Bolstorff dan Rosenbaum, *op. cit.*, 9.

<sup>74</sup> APICS Supply Chain Council, *SCOR TRAINING: Introduction to the SCOR Supply Chain Operations Reference Model Version 12: Overview* (Chicago: APICS Supply Chain Council, 2017), ii.

<sup>75</sup> Ubaydilla dan Fathurohman, *op. cit.*, 619.

<sup>76</sup> Rizki Wahyuniardi dan Moh Syarwani, "Pengukuran Kinerja Supply Chain Dengan Pendekatan Supply Chain Operation References (SCOR)," *Jurnal Ilmiah Teknik Industri* 16, no. 2 (2017): 124, doi:10.23917/jiti.v16i2.4118.

<sup>77</sup> Usman, Manzi, dan Rozar, *op. cit.*, 26.

Pendekatan metode SCOR, mengetahui solusi yang yang dihasilkan dari pengimplementasian metode SCOR untuk meningkatkan kinerja rantai pasok, serta melakukan telaah terhadap keefektifitasan metode SCOR dalam mengukur performa kinerja *supply chain management*. Model SCOR dapat meningkatkan kecepatan pengimplementasian sistem, mempercepat efektivitas proses bisnis, dan meningkatkan kinerja operasional secara keseluruhan. Selain itu, kelebihan metode SCOR didasarkan pada kemampuannya mengintegrasikan proses-proses bisnis, rekayasa ulang, tolak ukur, dan inovasi layanan kedalam kerangka kinerja pada rantai pasok.<sup>78</sup>

Penelitian terkait pengukuran kinerja *supply chain* yang menggunakan metode SCOR banyak dilakukan oleh para peneliti, diantaranya: Wahyuniardi et al. (2017) melakukan penelitian terkait pengukuran kinerja rantai pasok yang berlandaskan 5 proses inti yaitu *plan, source, make, deliver* dan *return* pada SCOR version 10.0 juga penelitian dari Zainuddin dan Vanany (2015) meneliti tentang kinerja SCM (supply chain management) menggunakan pendekatan metode supply chain operation reference (SCOR) pada *Engineer-To-Order* (ETO) suatu perusahaan; serta Padillah et al. (2016) yang menggabungkan metode AHP dengan metode SCOR dalam merancang dan mengukur kinerja rantai pasok.

Sementara untuk *halal supply chain management* masih terbatas, seperti penelitian Ubaydilla dan Fathurohman (2021) menggambarkan hasil implementasi dari sistem *halal traceability supply chain* pada produk makanan halal pengolahan daging di perusahaan Ternaknesia Farm Innovation. Analisis menggunakan model SCOR sebagai model utama dalam pengembangan *halal traceability supply chain* dan penelitian Azwar dan Lestari (2019) melakukan penelitian strategi rantai pasok halal di Malaysia menggunakan SCOR.

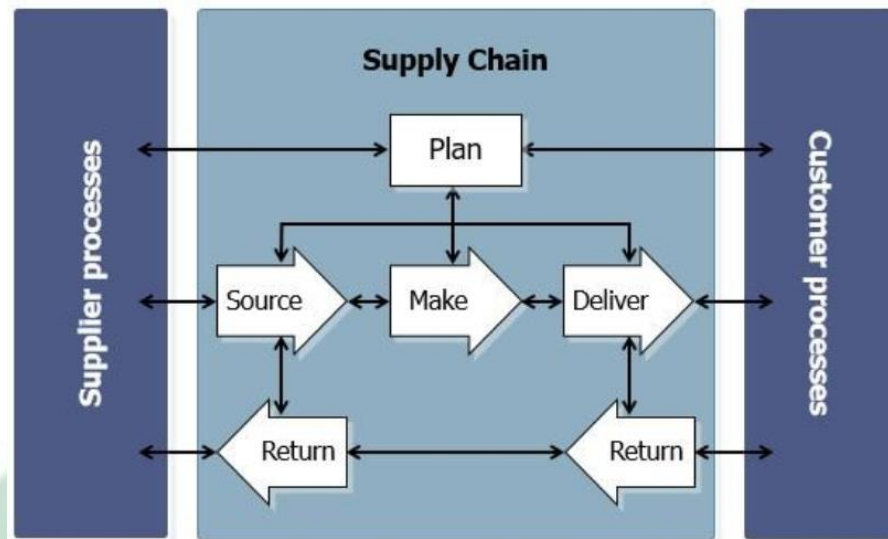
Menurut Bolstorff dan Rosenbaum, menjelaskan bahwa metode SCOR model memiliki 5 variabel yaitu *plan, source, make, deliver* dan *return*

---

<sup>78</sup> Dea Nur Zuraidah et al., “Efektivitas Metode Scoring Untuk Mengukur Performa Scm (Sebuah Studi Literatur),” *Jurnal Bina Komputer* 3, no. 1 (2021): 15–17.



yang menggambarkan aktifitas secara menyeluruh sehingga dapat membangun indikator sesuai dengan pengukuran kinerja strategi rantai pasok.<sup>79</sup>



**Gambar 6. SCOR model (Bolstorff dan Rosenbaum, 2011)**

Berdasarkan gambar 6 dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. *Plan*

Proses perencanaan menggambarkan kegiatan yang terkait dengan pengembangan rencana mengoperasikan rantai pasokan. Proses perencanaan meliputi pengumpulan kebutuhan, mengumpulkan informasi tentang sumber daya yang tersedia, menyeimbangkan kebutuhan dan sumber daya untuk mengidentifikasi kemampuan dan kesenjangan program kebutuhan atau sumber daya, dan mengidentifikasi tindakan untuk memperbaiki kesenjangan terjadi.

2. *Source*

Proses pengadaan menggambarkan pemesanan (atau pengaturan pengiriman) dan penerimaan barang dan jasa. Proses ini berkaitan dengan sumber daya operasional perusahaan dalam mengoptimalkan pesanan pembelian atau jadwal pengiriman, penerimaan dan penyimpanan barang, serta penerimaan invoice dari pemasok. Semua proses identifikasi

<sup>79</sup> Jamehshooran, Shaharoun, dan Haron, *op. cit.*, 2.



pemasok, kualifikasi, dan negosiasi kontrak tidak dijelaskan menggunakan elemen proses pengadaan, dengan pengecualian pengadaan barang atau jasa desain sesuai pesanan.

3. *Make*

Proses produksi menggambarkan kegiatan yang berkaitan dengan transformasi material atau pembuatan konten layanan. Konversi bahan yang digunakan dalam produksi atau manufaktur. Semua jenis konversi material diwakili dalam proses ini: nama umum untuk proses konversi material seperti produksi, perakitan, pemrosesan kimia, pemeliharaan, perbaikan, daur ulang, remanufaktur, dll.

4. *Deliver*

Proses pengiriman menggambarkan aktivitas yang terkait dengan pengiriman, pemeliharaan, dan pemenuhan pesanan pelanggan. Proses pengiriman meliputi penerimaan, validasi dan pembuatan pesanan pelanggan, pengaturan pengiriman pesanan, pengambilan, pengepakan dan pengiriman, dan penagihan pelanggan.

5. *Return*

Proses pengembalian menggambarkan kegiatan yang terkait dengan pengembalian. Proses pengembalian mewujudkan identifikasi kebutuhan pengembalian, keputusan disposisi, penjadwalan pengembalian dan pengiriman, dan penerimaan pengembalian.

6. *Enable*

Proses ini menjelaskan apa yang terkait dengan manajemen rantai pasokan. Mengelola manajemen proses bisnis, manajemen kinerja, manajemen data, manajemen sumber daya, manajemen fasilitas, manajemen kontrak, manajemen jaringan rantai pasokan, mengelola kepatuhan dan manajemen risiko.

**Tabel 3. Proses Model SCOR**

Proses SCOR Model	Definisi	Indikator
Plan	Proses-proses yang menyeimbangkan permintaan dan	Menilai sumber daya pasokan; agregat dan memprioritaskan

	pasokan secara menyeluruh yang bertujuan untuk mengembangkan kebutuhan pengiriman, produksi dan pasokan secara optimal	persyaratan permintaan; merencanakan persediaan untuk distribusi, produksi, dan kebutuhan material; dan merencanakan kapasitas kasar untuk semua produk dan semua saluran.
Source	Proses-proses pembelian barang dan jasa yang bertujuan untuk memenuhi permintaan aktual atau yang direncanakan	Memperoleh, menerima, memeriksa, menahan, mengeluarkan, dan mengesahkan pembayaran untuk bahan mentah dan barang jadi yang dibeli.
Make	Proses transformasi material menjadi produk akhir untuk memenuhi permintaan aktual atau yang direncanakan	Meminta dan menerima materi; pembuatan dan pengujian produk; mengemas, menahan, dan/atau melepaskan produk.
Deliver	Proses-proses penyediaan produk jadi/jasa untuk memenuhi permintaan aktual atau yang direncanakan, mencakup manajemen pemesanan, manajemen transportasi dan distribusi	Jalankan proses manajemen pesanan; menghasilkan kutipan; mengkonfigurasi produk; membuat dan memelihara database pelanggan; memelihara database produk/harga; mengelola piutang, kredit, penagihan, dan faktur; menjalankan proses gudang termasuk memilih, mengemas, dan mengkonfigurasi; membuat kemasan/label khusus pelanggan; mengkonsolidasikan pesanan; mengirimkan produk; mengelola proses transportasi dan impor/ekspor; dan memverifikasi kinerja.
Return	Proses-proses yang diasosiasikan dengan pengembalian dan penerimaan produk dengan kategori pengembalian produk dengan berbagai alasan. Proses ini diperluas hingga ke layanan setelah pengiriman kepada konsumen.	Cacat, garansi, dan pemrosesan pengembalian berlebih, termasuk otorisasi, penjadwalan, inspeksi, transfer, administrasi garansi, penerimaan dan verifikasi produk cacat, disposisi, dan penggantian.
Enable	Proses-proses menjelaskan apa yang terkait dengan manajemen rantai pasokan. Proses ini menyiapkan, memelihara dan mengendalikan jaringan informasi, sehingga proses <i>planning</i> dan <i>execution</i> saling terkait.	Mengelola manajemen proses bisnis, manajemen kinerja, manajemen data, manajemen sumber daya, manajemen fasilitas, manajemen kontrak, manajemen jaringan rantai pasokan, mengelola kepatuhan dan manajemen risiko.

**BAB III**  
**STRATEGI *HALAL SUPPLY CHAIN MANAGEMENT* DI AGENCY**  
**CENTER AL JANNAH HNI HPAI KABUPATEN MAGETAN**

**A. Gambaran Umum**

**1. Sejarah PT HNI-HPAI Halal Mart**

PT Herbal Penawar Alwahida Indonesia, yang terkenal dengan sebutan HPAI, yakni ialah salah satu perusahaan bisnis dengan *halal network* di Indonesia dan produknya fokus dengan produk herbal. Untuk itu banyak sekali produk herbal yang dijual oleh PT HPAI ini kepada masyarakat luas di Indonesia ini, tentunya yakni untuk mendapatkan manfaat dari produk tersebut ketika dikonsumsi. PT Herbal Penawar Alwahida Indonesia ini didirikan sesuai dengan akta pendirian perusahaan secara resmi pada tanggal 19 Maret 2012. HPAI sendiri juga memiliki arah gerak yakni di bidang perdagangan produk yang mana dalam sistem atau teknik pemasarannya diterapkan melalui kegiatan penjualan secara langsung melalui jaringan pemasaran yang dikembangkan dengan mitra usaha seperti halnya Halal Network.<sup>80</sup>

Halal Network Internasional ialah jaringan usaha halal yang mana bertujuan untuk memasarkan serta berkolaborasi dalam menjualkan produk halal tersebut dan dilakukan secara bersama-sama oleh pihak yang tergabung dalam HPAI. Tentunya prospek bisnis di Halal Network Internasional ini didukung oleh kekuatan manajemen dalam *online* sistem, sehingga bisa memastikan akuntabilitas dan akses bagi setiap agen dan leader yang berbisnis HPAI dengan mudah dan lancar serta sukses untuk berkelanjutan. Selain itu PT HNI-HPAI juga memiliki tujuan utama yakni untuk menjayakan produk-produk halal berkualitas serta berasaskan *Thibbunnabawi*, yakni membumikan, memajukan dan mengaktualisasikan

---

<sup>80</sup> Panduan sukses HPAI, 10.

ekonomi islam di Indonesia melalui kewirausahaan dan juga turut serta dalam memberdayakan mengangkat UMKM nasional.

Adapun beberapa perkembangan yang cukup signifikan dari HNI-HPAI yang mana perlu untuk ditindak lanjuti dan dibutuhkan kemauan belajar para agen yang tergabung dalam perusahaan ini. Yang pertama, yakni semua hal berkaitan dengan bisnis berbasis online, dikarenakan berbagai fitur PT HNI HPAI ini menerapkan model bisnis berbasis online. Pebisnis HNI HPAI juga sudah memiliki email dan sudah familiar dengan internet juga berbagai informasi teknologi lainnya yang terus berkembang.

Yang kedua, tentunya setiap produk HNI HPAI sebelum dikeluarkan menjadi produk, terlebih dahulu telah melalui uji pasar, uji kelayakan, uji kualitas. Semua produk PT HNI-HPAI di produksi oleh perusahaan yang langsung dibawah pengawasan dan kepemilikan HNI-HPAI.

## 2. Visi dan Misi Bisnis HPAI

### a. Visi :

PT HNI-HPAI berkomitmen di awal berdirinya perusahaan ini yakni, untuk menjadi pemimpin industri halal kelas dunia (dari Indonesia). Serta menjadi kepercayaan umat Islam yang utama dalam menyediakan produk halal.<sup>81</sup>

### b. Misi :

Menjadi perusahaan dengan memiliki *network* pemasaran tingkat papan atas dengan kebanggaan umat. Menjadi tempat untuk kenyamanan dalam penyediaan produk halal bagi umat muslim. Serta menghasilkan pengusaha muslim yang tangguh dan dapat dibanggakan baik sebagai *marketing, networking*, ataupun produsen.

## 3. Struktur Pimpinan pada PT HNI-HPAI

Dewan Syariah

- a. Dr. H. Mawardi Muhammad Saleh, MA.
- b. Prof. Drs. H. M. Nahar Nahrawi, SH, MM. (BPH DSN MUI)

---

<sup>81</sup> Panduan Sukses HPAI, 12

c. Dr. H. Endy M. Astiwara, MA, AAAIJ, FIIS. (BPH DSN MUI)

Dewan Komisaris

a. H. Muslim M. Yatim, Lc, MM (Komisaris Utama)

b. H. Rofik Hananto, SE. (Komisaris)

Dewan Direksi

a. H. Agung Yulianto, SE, Ak, M.Kom (Direktur Utama)

b. H. Erwin Chandra Kelana, ST (Direktur)

c. H. Supriyono, ST. (Direktur)

#### 4. PT HNI HPAI Cabang Magetan

Perusahaan HNI HPAI ini memiliki Cabang hampir di setiap daerah di Indonesia ini. Yang mana seperti fokus pada salah satu objek cabang yang dimiliki HNI HPAI yakni di cabang Magetan agency center. HNI HPAI Cabang Magetan agency center ini sudah berdiri sejak tahun 2018 yang mana dipimpin oleh ibu Sri Mulyani selaku pimpinan cabang *Agency Center* (AC) di Kabupaten Magetan. Adapun alasan yang mendasari adanya HNI HPAI Magetan ini yakni sesuai dengan visi dari perusahaan bisa menjadikan produk halal HNI HPAI terus memberikan manfaat kepada masyarakat sekitar terutama di Kabupaten Magetan serta berpegang teguh pada prinsip syariah dalam menjalankan bisnis tersebut. Dalam hal distribusi tersebut tentu membutuhkan jaringan lebih luas lagi bagi Kabupaten/Kota seperti halnya adanya Stokis Center (SC) di setiap kecamatan untuk lebih mudah dalam mendistribusikan produk HNI HPAI, serta adanya di bawah stokis center yakni agency center yang mana hampir setiap desa ada yang berfungsi untuk lebih bersentuhan langsung oleh konsumen dalam merasakan dan menikmati produk tersebut.

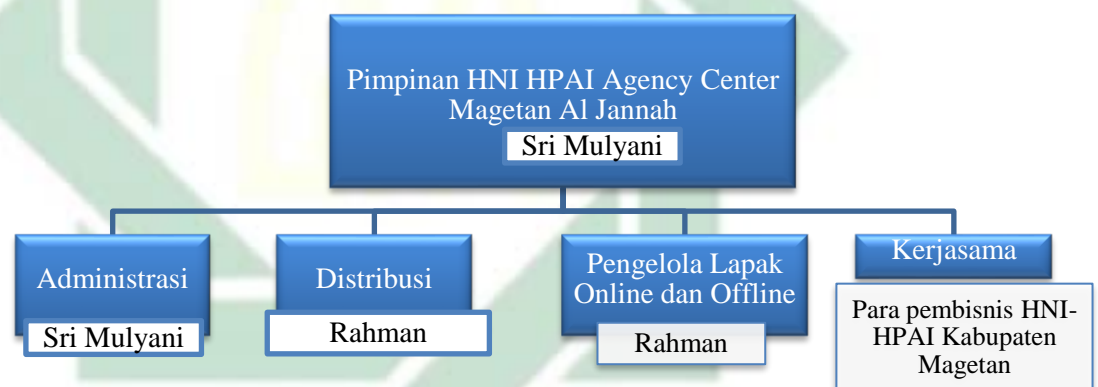
Walaupun HNI HPAI sudah memiliki sistem online akan tetapi dalam hal ini cabang Magetan memiliki strategi langkah taktis dalam memasarkan melalui Agency center (AC), Stokis Center (SC) dan Agency center dengan menggunakan strategi pemasaran *word of mouth* atau dari mulut ke mulut, dalam hal ini marketing yang bertugas untuk menjalankan tugasnya memasarkan produk dengan cara membuat agenda pengenalan



produk di setiap desa ataupun perkampungan yang ada di Kabupaten Magetan, agenda tersebut seperti sosialisasi dan mengumpulkan warga pada pertemuan rutin yang diselenggarakan oleh desa tersebut. Hal ini tentu sangat membantu marketing dalam memasarkan produknya kepada masyarakat sekitar dan meningkatkan penjualan produk HNI HPAI.

#### 5. Struktur Organisasi Pada PT HNI HPAI Cabang Magetan Agency center Al Jannah

Gambar struktur Organisasi PT HNI HPAI Cabang Magetan Agency center Al Jannah :



**Gambar 7. Struktur HNI HPAI Agency center Al Jannah Magetan**  
(Sumber:Wawancara Pimpinan Agency center)

Agency Center Al Jannah HNI-HPAI Kabupaten Magetan ini di Kelola oleh suami istri dan juga bekerja sama dengan pembisnis HNI-HPAI lainnya di Kabupaten Magetan. Dalam table diatas dapat dikatakan bahwa<sup>82</sup>:

1. Pimpinan Agency Center HNI HPAI Halal Mart Al Jannah Kabupaten Magetan adalah Sri Mulyani (Ustazah Sri).

<sup>82</sup> Wawancara dengan Sri Mulyani da selaku Agency Center Al Jannah HNI-HPAI Kabupaten Magetan, tanggal 24 Juli 2022 di Kantor Agency Al Jannah HNI-HPAI Kabupaten Magetan.



2. Administrasi Agency Center HNI HPAI Halal Mart Al Jannah Kabupaten Magetan adalah Sri Mulyani (Ustazah Sri).
3. Distribusi Agency Center HNI HPAI Halal Mart Al Jannah Kabupaten Magetan adalah Rahman (Bapak Rahman).
4. Pengelola Lapak Online dan Offline Agency Center HNI HPAI Halal Mart Al Jannah Kabupaten Magetan adalah Rahman (Pak Rahman).
5. Kerjasama dengan Agency Center HNI HPAI Halal Mart Al Jannah Kabupaten Magetan adalah para pembisnis HNI-HPAI Kabupaten Magetan seperti Business Center, Distribution Center, Stokis Center, dan Member.

Setiap perusahaan atau organisasi pasti ada seorang direktur atau pimpinan, sama halnya di kantor cabang HNI HPAI Magetan Agency Center, berikut ini penjelasan mengenai tugas Pimpinan Cabang Agency Center HNI HPAI di Kabupaten Magetan dan struktur jajaran yang lainnya.

- c. Adapun tugas yang menjadi tanggung jawab pimpinan cabang Agency center HNI HPAI<sup>83</sup>:
  - 1) Sebagai pimpinan tertinggi di kantor cabang, pimpinan harus bertanggung jawab terhadap pelaksanaan beroperasinya perusahaan yang dipimpin
  - 2) Bertugas merencanakan, mengorganisasikan, mengarahkan, mengawasi dan mengevaluasi.
- d. Tugas yang menjadi tanggung jawab pada divisi distribusi yakni<sup>84</sup>:
  - 1) Menentukan strategi pemasaran yang efektif dan efisien dengan memperhatikan sumber daya perusahaan.
  - 2) Menjalin hubungan baik dengan pelanggan atau konsumen dalam hal pengukuran kepuasan juga komplain dari konsumen.

<sup>83</sup> Wawancara dengan Sri Mulyani selaku Agency Center Al Jannah HNI-HPAI Kabupaten Magetan, tanggal 24 Juli 2022 di Kantor Agency Al Jannah HNI-HPAI Kabupaten Magetan.

<sup>84</sup> Wawancara dengan Sri Mulyani selaku Agency Center Al Jannah HNI-HPAI Kabupaten Magetan, tanggal 24 Juli 2022 di Kantor Agency Al Jannah HNI-HPAI Kabupaten Magetan.

- 3) Menciptakan kenyamanan kerja karyawan perusahaan dengan mengoptimalkan fungsi kerja di sektor distribusi
  - 4) Menjalin hubungan, koordinasi dan kerjasama yang baik di dalam intern bagian distribusi maupun dengan bagian lain terkait dengan kelancaran proses kerja bagian distribusi.
- e. Tugas dan tanggung jawab divisi administrasi<sup>85</sup>:
- 1) Bagian administrasi bertugas mengawasi keluar masuknya surat di dalam perusahaan.
  - 2) Membuat surat keluar untuk membalas surat pada agen
  - 3) Membuat laporan ketersediaan barang.

## 6. Peraturan Logo dan Merek HNI

Logo sebagai identitas perusahaan memiliki peranan besar dalam menentukan pencitraan perusahaan serta memiliki makna filosofi tersendiri yang disesuaikan dengan visi dan misi sebuah perusahaan.

Dalam hal ini keseluruhan merek dan logo yang mana akan mencerminkan reputasi perusahaan. Oleh sebab itu, penggunaan merek ataupun logo harus mengikuti standar peraturan yang dibuat oleh perusahaan HPAI dan tentunya harus seizin dari perusahaan tersebut. Seperti halnya juga dengan logo dan merek HNI. Yang mana HNI juga memiliki aturan tersendiri dan baku bagi pemakaian logo dan merek yang hak ciptanya di lindungi serta dimiliki oleh PT HPAI sebagai kantor pusat HNI di seluruh dunia. Dalam hal peraturan logo dan merek HNI tentunya sudah di atur dengan baku dan harus diketahui juga wajib di ikuti oleh seluruh agen HNI sebagai berikut<sup>86</sup>:

### 1. Logo dan Merek HNI

Logo dan merek HNI dimiliki oleh PT HPAI. PT HPAI memberikan hak kepada distributor untuk mendistribusikan, menjual produk, namun hak atas logo dan merek tetap hanya dimiliki oleh PT HPAI.

<sup>85</sup> Wawancara dengan Sri Mulyani selaku Agency Center Al Jannah HNI-HPAI Kabupaten Magetan, tanggal 24 Juli 2022 di Kantor Agency Al Jannah HNI-HPAI Kabupaten Magetan.

<sup>86</sup> Tim HNI-HPAI. *Panduan Sukses HPAI*. 2012.

Semua hal dalam penggunaan logo ataupun merek HNI yang dipergunakan oleh distributor harus meminta izin dari PT HPAI.

## 2. Merchandise

Semua jenis merchandise seperti pulen, kaos, jaket, topi dan alat promosi lainnya, tidak diperbolehkan menggunakan logo HNI. Setiap rencana pembuatan merchandise harus untuk di konfirmasi dan dikonsultasikan serta dimintai izin terlebih dahulu kepada PT HPAI.

## 3. Kartu Nama

Distributor, leader, dan kepala business center (BC) diperbolehkan untuk membuat kartu nama sendiri, namun harus sesuai dengan panduan dari PT HPAI. Agen yang akan membuat kartu nama harus mendapatkan persetujuan dari manajemen HNI atau Business Center (BC) yang menaunginya.

## d. Internet

*Website* HNI hanya dibuat dan dikelola oleh PT HPAI. Agen diperbolehkan untuk membuat blog/facebook, namun dilarang menjual produk HNI dengan harga diskon, karena hal tersebut termasuk pada kategori *Black Market*. Agen juga tidak diperkenankan menampilkan program promosi bulanan sebelum masa berlaku program tersebut dimulai. Lain dari pada itu, setiap pembuatan blog facebook hendaknya mendapatkan persetujuan terlebih dahulu dari pihak PT HPAI.

## e. Cara untuk Izin Logo, Merek dan Sanksi

Mengirimkan email mengenai rencana penggunaan logo. Menyertakan copy desain penempatan logo di produk. Dalam hal ini juga ada sanksi atau pelanggaran di saat menggunakan logo atau merek yakni dilakukan oleh agen, akan menjadi poin penilaian bagi perjanjian agen HNI.

## 7. Keunggulan HNI-HPAI

- f. Memiliki dewan pengawas syariah, yang mana selalu senantiasa aktif dalam pengawasan di perusahaan HNI-HPAI, memberikan suntikan

masukannya, memberikan evaluasi kinerja, serta nasihat yang mana bertujuan untuk kelangsungan dan menjaga bisnis Halal Network Internasional HPAI agar tetap pada jalur syariah.

- g. Sudah memiliki standar sertifikat dari DSN (Dewan Syariah Nasional)-MUI yang mana sebagai pusat bentuk legal formal penetapan juga pengesahan bahwa produk yang dijual oleh PT HNI HPAI ini sudah memenuhi prinsip syariah.
- h. Memasarkan dan menjual produk tentunya sudah dijamin 100% halal, dikarenakan semua pada produk PT HNI HPAI diawasi langsung oleh ahli dalam bidangnya dan memiliki kompetensi juga paham tentang kehalalan produk.
- i. Mempunyai panduan planing sukses (*succes plan*) serta menguntungkan sesuai dengan syariah.
- j. Memberikan keterampilan *life skill* pada bidang kesehatan thibbunnabawi yang tentunya sangat bermanfaat untuk pribadi, keluarga dan masyarakat.
- k. Bisnis ini mendapatkan dukungan dari kekuatan manajemen yakni melalui online sistem, untuk itu bisa memastikan akuntabilitas dan akses bagi setiap agen dan leader bisa lebih mudah dalam memantainya.
- l. Menggunakan bisnis online dengan menggunakan situs web tersendiri atau *web base services*. Aplikasi penjualan agenstok dan *Bussines center* (BC) sudah 100% online.

#### 8. Lima Pilar (P.A.S.T.I)

Lima pilar dari perusahaan ini yakni produk, agenstok, *support system*, teknologi, dan integritas manajemen (PASTI), yang telah berhasil tersusun rapi dengan baik dan bagus. Lima pilar tersebut menjadi penopang berdirinya bangunan yang kokoh yakni PT HNI HPAI.

#### m. Produk

Perusahaan PT HNI HPAI ini yakni terfokus pada kualitas produk, yang berlandaskan alamiah, ilmiah dan ilahiah. Standar kualitas yang

terdapat di HNI HPAI dibuktikan dengan produk yang memiliki kelengkapan perizinan dan sertifikat halal MUI. HNI HPAI yang mana sebagai perusahaan bisnis dengan jaringan halal fokus pada bisnis produk herbal yang terdiri dari produk-produk obat, suplemen, minuman kesehatan, dan kosmetik. Tentunya masing-masing jenis produk memiliki keunggulan khasiat dan manfaat tersendiri.

n. Agency center

Agency center di sini merupakan jalur distribusi ritel dari produk HNI HPAI. Adapun jalur distribusi tersebut secara berurutan dari yang tertinggi, yakni Bussines Center (BC), Pusat Agency (PA), Pusat Stokis Daerah (PSD), dan stokis yang tersebar hampir seluruh provinsi di Indonesia.

o. Support System

Dalam manajemen HNI HPAI bersama CEELS (*Cooperation of Excecutive Loyal Leaders* = Perhimpunan Kesatuan dan Kerjasama Para Leader Setia dan Agen HNI HPAI) yang mana telah menciptakan support sistem HNI HPAI yang baku, mudah dan praktis untuk mendukung dan memudahkan para agen perusahaan ini dalam mengembangkan bisnis HNI HPAI.

p. Teknologi

Perusahaan PT HNI HPAI ini fokus pada teknologi yang mampu mendorong serta meningkatkan kinerja perusahaan dalam hal pelayanan, kemudahan akses informasi, dan transaksi yang real time sehingga dapat membantu jalannya agen dan stakeholder untuk mencapai kesuksesan dalam berbisnis bersama HNI HPAI. Membuat beberapa elemen teknologi yang disebut yakni HSI, AVO dan SMS Center.

HSIS atau HNI-HPAI *Sales Integrated System*, berguna untuk membuat integrasi transaksi secara online dengan berbagai fitur dan informasi yang dapat diakses secara real time mengenai pertumbuhan



omzet, ketersediaan saldo produk, dan perkembangan jumlah agen setiap harinya.

AVO atau *Agent Virtual Office* ialah halaman personal member yang berfungsi untuk seluruh agen HPAI dalam mengetahui perkembangan jaringan dan personal statment. Dan untuk SMS Center yakni untuk layanan informasi terpusat yang mana dapat dijangkau seluruh agen HNI HPAI hingga ke jaringan tingkat daerah. SMS Center ini menjadi komunikasi dua arah antar *Customer Care* dengan Agen HNI HPAI dalam hal pembaharuan informasi mengenai program dan promo dari perusahaan.

q. Integritas Manajemen

Perusahaan PT HNI HPAI terus meningkatkan profesionalitasnya. Dan terus memberikan sentuhan pertumbuhan kepercayaan dari masyarakat terhadap produk yang telah dipasarkan oleh perusahaan. Terus berusaha memberikan pelayanan yang terbaik. Profesionalisme pada staf dan karyawan yang tinggi, terbentuk dari nilai-nilai moral dan etika dalam perusahaan yang mana saling menguatkan antar satu sama lain, sehingga kekuatan perusahaan dan potensi yang luar biasa bisa terus meningkatkan eksistensi. Hal ini tentunya sudah sukses diwujudkan dalam perusahaan, kesuksesan HNI HPAI memunculkan yakni empat nilai integritas yang dimiliki perusahaan, yakni: kejujuran, ketulusan, keadilan dan kepercayaan.

## 9. Katalog Produk

Pada katalog produk yang mana untuk dipasarkan yakni produk halal yang membantu para agen HPAI dalam mengembangkan bisnisnya di Halal Network HPAI. Produk tersebut antara lain<sup>87</sup>:

***Herbs Product:*** Andrographis Centella, Bilberry, Biosir, Carnocap, Deep Squa, Diabextrac, Gamat Kapsul, Ginextrac, Habbassauda, Harumi, Langsingin, Laurik, Magafit, Mengkudu, Minyak Herba Sinergi, Mustika Dara, N-Green, Pegagan, Procumin

<sup>87</sup> Ibid, Tim HNI-HPAI, Panduan Sukses



Rich Vit E , Procumin Propolis, Habbassauda , Rosella, Siena, Spirulina, Truson.

**Health Food & Beverages:** Centella Tea Sinergi, Deep Olive, Etta, Goat Milk, Extra Food, HPAI Coffe, Jannatea Cold, Jannatea Hot, Kopi 7 Elemen, Madu Asli Multiflora, Madu Asli Premium, Madu SJ – Sapu Jagat, Minyak Zaitun, Sari Kurma, Stimfibre.

**Cosmetics & Home Care:** Beauty Care Set, Beauty Day Cream, Beauty Night Cream, Body Wash Moisturising, Facial Wash, Deep Beauty, Greean Wash Detergent Concentrate, Green Wash Softener Concentrate, Hibis, HNI Hijab, Pasta Gigi Herbal Promol 12, Paper Daily Freshener, Sabun Kolagen Transparan, Sabun Madu Transparan.

#### **10. Komposisi pembuatan produk HNI HPAI**

Produk HNI HPAI yang mana dijamin kehalalannya dikarenakan semua bahan menggunakan bahan alami dan tanpa bahan zat yang berbahaya juga dilarang oleh syariah seperti halnya produk sebagai berikut:

- a) *Extra Food*, ialah makanan kesehatan yang dibuat dari sinergi 23 herbal buah-buahan dan sayuran yang kaya akan antioksidan dan serat alami. 23 herbal buah-buahan yakni antara lain Madu, Habatussauda, Beras Hitam, Kurma, Blackberry, Anggur Hitam, Bee Polen, Blueberry, Black Plum, Royal Jelly, Daun Ashitaba, Spirulina, Kulit Manggis, Daun Stevia, Meniran, Rosella Ungu, Daun Sirsak, Bayam Merah, Rosella Merah, Zaitun, Curcuma, Strawberry, Wortel. Hal ini tentunya membuat rasa nyaman saat dikonsumsi oleh konsumen dikarenakan semua bahan yang terkandung dalam produk tersebut dari buah dan sayuran yang alami.
- b) Pasta gigi herbal HNI HPAI, pasta gigi ini terbuat dari bahan yang alami juga seperti dari bahan siwak pilihan dan disinergikan dengan alami yang lain yang bisa membantu gigi untuk meningkatkan kesehatan pada gigi, menguatkan gigi, serta menyegarkan bau mulut.
- c) Kopi 7 elemen, yang mana kopi ini juga semua komposisi berasal dari sumber bahan alami seperti halnya nama dari produk ini kopi 7 elemen

yang terdiri dari biji, akar, batang, kulit, daun, bunga dan buah. dengan komposisi sebagai berikut: kopi instan, krimer nabati, gula, gula aren, herba pilihan.

- d) Produk kecantikan *day cream*, yang mana terdapat kandungan dalam produknya sebagai berikut: *sun protection factor* yang bermanfaat menyaring dan menahan sinau UV dari matahari yang dapat menimbulkan radikal bebas pada kulit wajah sehingga terhindar dari efek penuaan dini dan kulit yang terbakar, *Glycine soja seed extract* yang mana merupakan ekstrak dari tanaman kedelai yang mempunyai fungsi sebagai *collagen promoting agent* dan melindungi *epidermal system cell* yang berfungsi meregenerasi dan meremajakan epidermis, Olive oil merupakan minyak yang diambil dari zaitun, mempunyai fungsi sebagai *emollient* yang memberikan efek lembut pada kulit, dan juga bahan alami yang sudah dipercaya kesehatan dan higienisnya. sehingga aman digunakan oleh wajah untuk mencerahkan dan menyehatkan perawatan pada wajah.
- e) Minyak Herba Sinergi, minyak ini bisa digunakan sebagai obat gosok untuk pegal linu, sakit pinggang, keseleo, nyeri sendi, dll. minyak ini memiliki kandungan minyak zaitun yang bersifat sejuk di luar panas di dalam. dan komposisi minyak tersebut antara lain: *virgin coconut oil, oleum olea europea, andrographidis paniculataeherba, oleum elesis guineensis, kaempferia galanga rhizoma, tinosporae crisper caulis, cinnamomi burmannii cortex, eugenia caryophylli flos.* tentunya minyak ini baik digunakan untuk di oleskan pada tubuh yang sedang mengalami gatal atau sakit sehingga bisa membantu meringankan sakit pegal linu ataupun keseleo tersebut.

## **B. Halal Supply Chain Management Agency Center Al Jannah HNI HPAI Kabupaten Magetan**

*Halal Supply Chain Management* yang mana sesuai dengan teori di dalam bab II halaman 37 Landasan Teori, bahwa *Halal Supply Chain*

*Management* ialah integrasi proses bisnis dan aktivitas yang mencakup bidang pergudangan, proses sourcing, transportasi, pengelolaan produk, manajemen persediaan, dan manajemen lain mulai dari bahan mentah sampai dengan produk di konsumsi dengan berlandaskan hukum Islam yang dikenal dengan syariah. Tentunya berdasarkan pengertian tersebut konseptual dari *halal Supply Chain Management* yang mana khusus untuk mengintegrasikan proses dan aktivitas dari bahan baku sampai dengan konsumen akhir berlandaskan hukum Islam yang dikenal dengan Syariah.

Untuk itu kategori penelitian ini di dukung hasil wawancara di lapangan mengenai *Halal Supply Chain Management* pada produk HNI-HPAI di Agency Center Al Jannah kabupaten Magetan dengan 6 Narasumber, yakni sebagai *key informan* Ibu Sri Mulyani, dan 5 informan pendukung Bapak Rahman selaku distribsui dan penjualan lapak offline online pada Agency Center Al Jannah Kabupaten Magetan, Ibu Widya Yusti Atlisiaji selaku pemilik Stokis Center Mantab Halal Mart Kabupaten Magetan (rekan kerja), Aisyatur Rahmah konsumen produk HNI HPAI, Athifah Iklil Wajihah dan Ibu Umu Kulsum selaku konsumen produk HNI HPAI. Adapun dari penelitian ini menggunakan 6 kriteria sesuai dengan konsep *Halal Supply Chain Management*, yang meliputi:

### **1. Kebijakan Halal**

Dalam hal ini PT HNI- HPAI memiliki visi utama yakni untuk menjadi pemimpin industri halal kelas dunia (dari Indonesia). Serta menjadi kepercayaan umat islam. Tentunya dapat dilihat visi utama dari PT HNI HPAI yang memiliki tujuan menjadi industri halal kelas dunia, bahwa PT HNI HPAI ini sudah mengantongi sertifikasi halal Indonesia yakni yang dikeluarkan oleh Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia atau disingkat DSN MUI.

Peneliti melakukan wawancara secara langsung dengan pimpinan Agency center Al Jannah HNI HPAI Magetan Ibu Sri Mulyani untuk

mengetahui secara langsung bahwa produk yang di jualkan oleh PT HNI HPAI ini sudah memiliki izin halal atau sertifikasi halal dari DSN MUI sebagai berikut:

“Untuk memasarkan suatu produk yang ada di Indonesia ini tentunya harus memiliki sertifikasi halal untuk itu produk yang dijualkan oleh PT HNI HPAI ini sudah memenuhi prinsip syariah sehingga bisa mendapatkan sertifikasi halal yang dikeluarkan oleh DSN-MUI berdasarkan SK.No. 014.71.01/DSN-MUI/XII/2018. Untuk itu sudah terjamin dalam kehalalan produk yang di pasarkan oleh agen dari PT HNI HPAI. Dalam kebijakan halal ini PT HNI HPAI berkomitmen hanya akan memproduksi makanan dan minuman herbal yang halal menurut syariat Islam.”<sup>88</sup>



**Gambar 8. Sertifikasi Halal produk PT. HNI HPAI yang di keluarkan oleh DSN MUI**

Tentunya bukan hanya ketika sudah mengantongi sertifikasi halal akan terjamin terkait kehalalan produk tersebut akan tetapi juga perlunya komitmen top management pada produk HNI HPAI yang kuat untuk menerapkan kebijakan halal sesuai dengan kelanjutan produksi pada perusahaan tersebut. Ibu Sri Mulyani menguatkan dalam top management di PT HNI HPAI sebagai berikut:

“Bukan hanya sertifikasi halal yang menjadi unggulan bagi produk HNI HPAI ini akan tetapi dalam top management adanya Dewan Syariah Nasional dari Majelis Ulama Indonesia seperti Prof. Drs. H. M. Nahar Nahrawi, SH, MM. Selaku BPH DSN MUI yang mana

<sup>88</sup> Wawancara dengan Sri Mulyani selaku Agency Center Al Jannah HNI-HPAI Kabupaten Magetan, tanggal 24 Juli 2022 di Kantor Agency Al Jannah HNI-HPAI Kabupaten Magetan.

bertugas dalam kelanjutan pengawasan untuk produk yang dikeluarkan oleh PT HNI HPAI, tentunya hal ini menjadi penguat pada top management organisasi pada PT HNI HPAI yang sudah mengantongi sertifikasi halal sehingga sudah terjamin kehalalan produk tersebut”<sup>89</sup>.

Dalam *halal supply chain management* ini kebijakan halal sangat penting dan harus di utamakan mulai dari produksi makanan dan minuman halal hingga bisa di konsumsi aman oleh konsumen. Untuk itu diperlukan kebijakan halal pada karyawan dalam proses produksi di PT HNI HPAI. Ibu Sri Mulyani juga menegaskan terkait dengan produksi barang di PT HNI HPAI ini sebagai berikut:

“Bahwa seluruh karyawan yang ada di PT. HNI HPAI juga berkomitmen yang mana senantiasa bekerja sesuai dengan prosedur dan instruksi kerja yang telah ditetapkan dan hanya menggunakan bahan baku juga melaksanakan proses produksi sesuai dengan persyaratan dan kriteria halal oleh MUI yang di tuangkan dalam sistem jaminan halal PT HNI HPAI sehingga bisa mendapatkan sertifikasi halal dari MUI tersebut.

## 2. Kontrol Logistik

Kontrol logistik ialah jantung dari model rantai pasok halal yang memberikan dasar untuk pengambilan keputusan dan manajemen rantai pasokan yang efektif, mendefinisikan kontrol logistik disini sebagai pengendalian logistik yang meliputi lokasi titik pesanan pelanggan dan tingkat koordinasi. Sebagai *Key informan* Ibu Sri Mulyani menegaskan bahwa:

“Dalam sistem kontrol logistik di Agency center Al Jannah Magetan ini untuk titik pemesanan berada di toko yang beralamatkan Waru Kulon, Milangasri, Panekan, Kabupaten Magetan, dan setelah itu akan di distribusikan melalui stokis center yang ada di Magetan salah satunya Stokis Center Mantab Halal Mart, setelah itu di pasarkan kepada konsumen dan masyarakat sekitarnya”.<sup>90</sup>

Dalam kontrol logistik juga perlu diperhatikan untuk pembuatan produk tersebut mulai dari bahan mentah hingga sudah jadi dan dapat di konsumsi agar tidak terkontaminasi dengan campuran yang non halal. Untuk hal ini Ibu Sri Mulyani menganggapi sebagai berikut:

<sup>89</sup> Wawancara dengan Sri Mulyani selaku Agency Center Al Jannah HNI-HPAI Kabupaten Magetan, tanggal 24 Juli 2022 di Kantor Agency Al Jannah HNI-HPAI Kabupaten Magetan.

<sup>90</sup> Wawancara dengan Sri Mulyani selaku Agency Center Al Jannah HNI-HPAI Kabupaten Magetan, tanggal 24 Juli 2022 di Kantor Agency Al Jannah HNI-HPAI Kabupaten Magetan



“Tentu dalam kontrol logistik ini perlunya pengawasan sangat ketat dari produsen hingga ke konsumen. Untuk itu saat proses produksi dari bahan mentah menjadi barang yang bisa dikonsumsi PT HNI HPAI di sini menggunakan bahan-bahan yang herbal yang tidak terkontaminasi dengan hal yang non halal, karena dari PT HNI HPAI ini memegang teguh prinsip kehalalannya dan kenyamanan saat dikonsumsi”.

Dalam hal ini juga perlunya ada koordinasi yang sangat masif untuk terus berkelanjutan dalam proses halal supply chain management. Hal ini dibantu oleh Ibu Widya selaku pemilik Stokis Center Mantab Halal Mart HNI HPAI Magetan sebagai berikut:

“Untuk tingkat koordinasi dari kami sangat tinggi karena apabila di stokis ini mengalami kesulitan dalam distribusi seperti pengambilan produk di Agency center yakni kami langsung koordinasikan dengan pimpinan agency center untuk pengambilan produk dan tentunya bisa menggunakan online kurir untuk pengambilannya, atau terkait seperti informasi pada kandungan produk yang dijual apabila kami ada kebingungan bisa langsung koordinasi dengan pihak agency center tersebut”.<sup>91</sup>

### 3. Supply Chain Resource

Sumber daya rantai pasokan ini juga menggambarkan organisasi dan manajemen informasi. Untuk organisasi bersertifikat halal diperlukan Komite Halal. Yang mana Komite Halal ini bertanggung jawab atas kepatuhan manajemen dan praktik sesuai dengan standar halal. Komite Halal ini bertujuan untuk bertindak sebagai auditor internal untuk kelangsungan proses produksi yang menjamin kehalalannya. Ibu Sri Mulyani selaku pemilik Agency center Al Jannah HNI HPAI Magetan memberikan sebagai berikut:

“Kami memahami juga apabila produk halal itu dipasarkan tentunya harus ada yang mengawasi yang tergabung di perusahaan tersebut seperti PT HNI HPAI sendiri yang memiliki Dewan Syariah yang terdiri dari Dr. H. Mawardi Muhammad Saleh, MA., Prof. Drs. H. M. Nahar Nahrawi, SH., MM. Selaku BPH DSN MUI, Dr. H. Endy M. Astiwaru, MA, AAAIJ, FIIS Selaku BPH DSN MUI juga. Tentunya hal ini juga berfungsi untuk melaksanakan kebijakan halal di HNI HPAI”.<sup>92</sup>

<sup>91</sup> Wawancara dengan Widya Yusti selaku Stokis Center Mantab Halal Mart Kabupaten Magetan, tanggal 24 Juli 2022 di Kantor Stokis Center Mantab Halal Mart Kabupaten Magetan

<sup>92</sup> Wawancara dengan Sri Mulyani selaku Agency Center Al Jannah HNI-HPAI Kabupaten Magetan, tanggal 24 Juli 2022 di Kantor Agency Al Jannah HNI-HPAI Kabupaten Magetan.



Dalam hal sumber daya rantai pasokan ini manusia menjadi faktor penting untuk melaksanakan kebijakan halal itu bukan hanya sebagai pengawas tapi dari unsur semua elemen yang ada dan tergabung pada bagian PT HNI HPAI juga harus memahami makna dari penerapan kebijakan halal tersebut, sehingga bukan hanya paham akan produk tersebut sudah bisa dikonsumsi dan halal akan tetapi perlu peningkatan kualitas pada karyawan atau elemen yang tergabung pada PT HNI HPAI itu. Ibu Sri membenarkan hal tersebut sebagai berikut:

“Perlu adanya peningkatan kualitas dalam pemahaman produk halal dan bisa dipasarkan dengan aman juga saat dikonsumsi yakni seperti yang kita terapkan pada Agency center kami juga mengadakan pelatihan pemahaman produk yang dibantu dengan adanya buku panduan resmi dari PT HNI HPAI dan mengadakan sharing section bisa kapan saja saat stokis center ataupun konsumen tersebut membutuhkan, tentunya juga di karyawan sebelum bergelut pada tanggung jawab di bisnis ini kami juga memberikan pelatihan pemahaman terhadap produk HNI HPAI ini, sehingga hal ini bisa memaksimalkan karyawan tersebut pada saat bekerja, kami juga mengadakan seperti sosialisasi kepada stokis center setiap satu bulan sekali untuk kelanjutan dan peningkatan penjualan dan di sharingkan kepada sesama stokis centernya”.<sup>93</sup>



**Gambar 9. Pelatihan dalam memberikan informasi profuk PT HNI HPAI kepada karyawan dan stokis di Magetan**

<sup>93</sup> Wawancara dengan Sri Mulyani selaku Agency Center Al Jannah HNI-HPAI Kabupaten Magetan, tanggal 24 Juli 2022 di Kantor Agency Al Jannah HNI-HPAI Kabupaten Magetan.

#### 4. Supply Chain Bussines processes

Untuk rantai pasokan makanan halal, proses bisnis rantai pasokan pemenuhan pesanan pelanggan, manajemen aliran manufaktur, dan pengadaan sangatlah penting. Dalam hal ini proses pemenuhan pesanan pelanggan membawa persyaratan pemisahan pelanggan (pasar tujuan) di seluruh rantai pasokan. Manajemen aliran manufaktur sendiri yang mana untuk penanganan fisik produk halal di seluruh rantai pasokan, dimana aktivitas kontrol dan jaminan halal perlu dirumuskan untuk memperluas integritas halal dari sumber ke titik pembelian konsumen. Dalam hal proses bisnis rantai pasokan ini Ibu Sri Mulyani menjelaskan sebagai berikut:

“Pengadaan barang produk HNI HPAI ini tentunya melalui proses terlebih dahulu, sehingga berapapun jumlah produk yang dibutuhkan oleh agency center, stokis center, ataupun sampai ditangan konsumen juga berbeda beda, sehingga perlu adanya klasifikasi khusus untuk pemesanan produk tersebut, seperti halnya contoh stokis center mantab halal mart saat memesan produk HNI HPAI di Agency center biasanya kurang lebih mengambil beberapa produk dengan harga total dua juta rupiah, berbeda dengan konsumen yang membeli di stokis center dalam kebutuhannya hanya membeli mungkin satu atau dua tiga produk saja tidak seperti stokis center”.<sup>94</sup>

Adapun terkait spesifikasi pasar yang terdapat dalam point proses manajemen rantai pasok ini di Agency center Al Jannah HNI Magetan juga di tegaskan oleh ibu Sri Mulyani sebagai berikut:

“Bahwa pasar produk HNI HPAI ini karena memang produk yang fokus dengan kesehatan yakni kita membantu kepada masyarakat yang membutuhkan obat herbal dalam penyembuhan sakit yang di derita karena ada beberapa produk yang juga bagus untuk membantu pertumbuhan seperti vitamin dan banyak lagi, tentunya pasar kami bukan hanya orang tua saja akan tetapi anak muda sampai di anak kecil juga bisa mengkonsumsi produk ini seperti madu HNI HPAI yang baik untuk meningkatkan daya ingat anak tersebut dalam menghafal pelajaran di sekolahnya anak tersebut ataupun menghafal alquran”.<sup>95</sup>

<sup>94</sup> Wawancara dengan Sri Mulyani selaku Agency Center Al Jannah HNI-HPAI Kabupaten Magetan, tanggal 24 Juli 2022 di Kantor Agency Al Jannah HNI-HPAI Kabupaten Magetan

<sup>95</sup> Wawancara dengan Sri Mulyani selaku Agency Center Al Jannah HNI-HPAI Kabupaten Magetan, tanggal 24 Juli 2022 di Kantor Agency Al Jannah HNI-HPAI Kabupaten Magetan.

Proses *halal supply chain management* di Agency Center HNI HPAI Al Jannah yang mana dijelaskan oleh Bapak Rahman selaku divisi distribusi memberikan jawaban sebagai berikut:

“Dalam hal rantai pasok di Agency Center HNI HPAI Al Jannah ini mulai dari penerimaan barang dari *supplier*, kami mengadakan pengecekan alat distribusinya seperti mobil box ataupun kendaraan yang digunakan dalam mengirimkan barang tersebut bersih dan tidak terkontaminasi unsur haram seperti adanya darah, bangkai, babi serta minuma keras di dalam alat distribusi pihak *supplier*, dan setelah itu kami melaksanakan *cross* cek terlebih dahulu saat barang tersebut datang yang mana bertujuan agar sesuai dengan kebutuhan dan sesuai dengan rencana anggaran belanja terkait jumlah produk dan jenis produknya. hal ini tentunya agar menghindari kecurangan dari *supplier* sehingga tidak menimbulkan hal yang negatif bagi Agency Center.”

Rantai pasok halal di Agency Center HNI HPAI Al Jannah juga mengimplementasikan pengecekan kualitas dari produk tersebut. Dalam kegiatan pengecekan barang tentunya dilaksanakan secara teliti dan memperhatikan prinsip syariah. hal ini dibuktikan dengan adanya beberapa pengecekan barang yang ditegaskan oleh Bapak Rahman selaku divisi distributor di Agency Center HNI HPAI Al Jannah Kabupaten Magetan sebagai berikut:

“Kami juga selalu cek barang yang datang harus dengan kualitas yang bagus, dan apabila barang tersebut ditemui kecacatan maka akan dikembalikan kepada *supplier* akan tetapi membutuhkan waktu yang lama juga dalam pengembalian produk tersebut jika terjadi kecacatan. dan kami selalu mengadakan pengecekan tanggal kadaluarsanya untuk memastikan dan menjaga kualitas produk tetap baik dan layak dikonsumsi”.

Setelah dari proses *cross* cek dan perhitungan barang dari *supplier* perlu di lakukan penyimpanan barang di tempat yang tentunya aman dan terhindar dari unsur yang non halal. dalam hal ini Bapak Rahman juga menegaskan sebagai berikut:

“Untuk penyimpanan produk ini, setelah dari *cross* cek dan memperhatikan tanggal kadaluarsa dari produk tersebut maka kami klasifikasikan terlebih dahulu agar satu jenis dan tidak tercampur dengan yang lainnya walaupun semua produk sudah terjaga keamanan karena ada lapisan bungkus luarnya serta dalam botol. setelah itu kami simpan di rak khusus untuk produk yang siap untuk dijualkan kepada masyarakat”.



**Gambar 10. Produk yang dipasarkan oleh Agency Center Al Jannah HNI HPAI Kabupaten Magetan**

Setelah itu di bantu penguatan pendapat dari konsumen yang sudah mengkonsumsi dan merasakan manfaat produk tersebut, seperti Aisyatur Rahmah selaku konsumen menyatakan sebagai berikut:

“Melalui produk ini yang saya konsumsi seperti susu kesehatan dari produk HNI HPAI yang mana bermanfaat bagi kesehatan dan juga vitamin karena faktor pekerjaan saya juga yang mengurus tenaga sehingga perlunya untuk penambahan vitamin ini yang saya konsumsi sehingga bisa menjaga daya tahan tubuh saya, begitupun pemesanan produk HNI HPAI saat ini sangat mudah kita jumpai di setiap kabupaten ada dan order via online karena sudah ada fasilitas pembelian online dan e-commercenya melalui web HNI HPAI juga sangat bisa sehingga tidak sulit lagi bisa merasakan manfaat dari produk tersebut”.<sup>96</sup>

Adapun konsumen yang berumur 12 tahun yang juga sangat suka dengan mengkonsumsi produk HNI yakni Athifah Iklil Wajihah yang masih SMP memberikan pernyataan sebagai berikut:

“Saya sangat suka dengan madu yang di jual oleh HNI HPAI memberikan manfaat menambah daya tahan tubuh dan daya ingat saya untuk mengingat pelajaran di kelas, alhamdulillah ibu saya yang selalu

<sup>96</sup> Wawancara dengan Aisyatur Rahmah selaku Konsumen HNI-HPAI asal Tulungagung, tanggal 25 Juli 2022 di via telepon.



memberikan madu itu untuk di minum rutin agar menjaga kesehatan dan kekebalan tubuh”.<sup>97</sup>

## 5. Struktur Jaringan Supply Chain

Struktur jaringan rantai pasokan ialah jaringan organisasi yang terhubung dan saling bergantung satu sama lain dan bekerja sama untuk mengelola mengontrol serta meningkatkan aliran bahan juga informasi. Dalam hal ini di Agency center Al Jannah HNI HPAI Magetan juga mempunyai struktur jaringan yang masif seperti yang di sebutkan oleh ibu Sri Mulyani sebagai berikut:

“Struktur jaringan ini tentunya juga kami gunakan untuk lebih masif dalam koordinasi dan komunikasi seperti halnya dengan pemasok, manufaktur, distributor, retailer dan konsumen. Hal ini tentunya dibuktikan dengan adanya struktur distribusi produk yang ada di HNI HPAI sendiri seperti produk tersebut berasal dari PT HNI HPAI setelah itu lanjut kepada Bussines Center dan lanjut kepada Agency center hingga ke Stokis Center, Agency center juga sampai di tangan konsumen kami sangat menjaga komitmen yakni dalam kepuasan pelanggan tersebut, dan kami juga selalu welcome apabila ada pelanggan yang ingin bertanya mengenai apapun terkait manfaat dari produk HNI HPAI tersebut”.<sup>98</sup>

## 6. Halal Supply Chain Performance

Industri makanan halal tentunya dapat mengoptimalkan rantai pasokannya, maka harus memasukan indikator baru dalam sistem pengukuran kinerjanya untuk memastikan bahwa rantai pasokannya tidak hanya efisien akan tetapi juga efektif dalam melindungi integritas halal dan kuat dalam pelaksanaan rantai pasokannya. Dalam hal ini yang sangat diperhatikan bahwa kualitas proses dan pemborosan produk. Kualitas proses yang membahas tentang kekuatan atau kepercayaan suatu produk kredibilitas halal dan keluhan konsumen yang diterima mengenai status kehalalan suatu produk. Dan pemborosan ini juga terjadi di rantai pasokan juga oleh konsumen akhir. Dalam efisiensi hal ini yakni ibu Sri Mulyani selaku pemilik

<sup>97</sup> Wawancara dengan Athifah Iklil Wajihah konsumen HNI-HPAI, tanggal 24 Juli 2022 di Kantor, tanggal 25 Juli 2022 di via telepon.

<sup>98</sup> Wawancara dengan Sri Mulyani selaku Agency Center Al Jannah HNI-HPAI Kabupaten Magetan, tanggal 24 Juli 2022 di Kantor Agency Al Jannah HNI-HPAI Kabupaten Magetan

Agency center Al Jannah HNI HPAI Magetan memberikan pernyataan sebagai berikut:

“Untuk hal efisiensi kami selalu menjaga kepercayaan pelanggan, apabila ada pelanggan yang membeli produk kami, kami selalu mengecek setiap pemakaian satu bulan dua bulan pertama mengenai dampak yang dirasakan dalam tubuh, dan konsumen sangat merasa puas sehingga sejauh ini saya berbisnis tidak mendapatkan keluhan dari pelanggan atau konsumen”.<sup>99</sup>

Peningkatan kualitas dari produk yang dijualkan oleh Agency Center Al Jannah HNI HPAI ini juga mengadakan kegiatan kebersihan untuk menjaga dari hal yang membuat produk tersebut cepat rusak. dalam hal ini Ibu Sri Mulyani memberikan jawaban sebagai berikut:

“Untuk meningkatkan performa produk sendiri kami selalu mengadakan agenda kegiatan kebersihan, berbicara tentang kebersihan sendiri kami juga berpegang teguh pada satu hadis yakni kebersihan itu sebagian dari iman. Oleh sebab itu bersama dengan karyawan kami setiap hari secara rutin selalu membersihkan dan merapikan tempat penyimpanan produk agar tidak ada hama seperti tikus, semut dan yang lainnya dalam rak penyimpanan produk. Sehingga terjamin dalam kehalalan dan kenyamanan produk saat di konsumsi. dalam penyimpanan produk sendiri untuk meningkatkan performa dari produk itu kita juga simpan di rak yang tentu saja dengan suhu yang sejuk tidak terkena panas matahari secara langsung, sehingga penyimpanan tersebut bisa terus kontinu dan baik”.



**Gambar 11. Produk yang sudah di klasifikasikan oleh Agency Center Al Jannah HNI HPAI Kabupaten Magetan**

<sup>99</sup> Wawancara dengan Sri Mulyani selaku Agency Center Al Jannah HNI-HPAI Kabupaten Magetan, tanggal 24 Juli 2022 di Kantor Agency Al Jannah HNI-HPAI Kabupaten Magetan



Dalam penanganan limbah pemborosan seperti sampah juga konsumen biasanya memetakkan sendiri seperti kalau ada produk yang menggunakan botol maka botol itu masih bisa di daur ulang atau dikumpulkan setelah itu bisa di jual di barang-barang bekas atau di manfaatkan kembali. Tambahan pernyataan dari Ibu Sri Mulyani. Begitu juga penguatan dari pernyataan Ibu Sri Mulyani yakni dari salah satu konsumen Aisyatur Rahman menyebutkan:

“Untuk seperti pemanfaatan daur ulang sampah ini saya juga mengklasifikasikan sampah itu seperti bahan organik dan non organik tentunya sudah dibuatkan tempat sampah khusus di rumah jadi mudah untuk memetakkan bisa dimanfaatkan kembali atau tidak sehingga tidak membuat limbah rumah tangga semakin bertambah”. Tambahan penguat dari salah satu konsumen produk HNI HPAI”.<sup>100</sup>

Dalam *supply chain performance* yakni juga terdapat terkait dengan kepuasan pelanggan yang mana hal ini tentunya sangat memiliki dampak kepada performa penjualan dari agen center sendiri seperti yang dikatakan oleh salah satu konsumen yang sudah lama menggunakan produk minyak herba dari HNI HPAI yakni ibu Ummu Kulsum menyebutkan bahwa:

“Dalam menggunakan produk dari HNI HPAI ini saya juga merasa puas dengan rasa yang diberikan dari produk yang saya gunakan, karena saya sendiri juga sudah di usia yang tua untuk bepergian saya selalu membawa minyak herba dari HNI HPAI ini yang memiliki fungsi untuk membantu meringankan apabila saya mengalami pegal dan gatal di tubuh saya, hal ini juga saya berikan rekomendasi kepada anak cucu saya dan selalu di gunakan karena hangat di dalam dan sejuk di luar, sehingga bisa merasa enak jika sudah menggunakan produk tersebut.

Adapun tambahan dari salah satu konsumen yang masih berusia anak kecil yakni Athifah Iklil Wajihah yang menambahkan sebagai berikut:

“senang dan nyaman juga sehat dengan mengkonsumsi produk *Extra Food* yang kaya akan vitamin dan baik untuk kesehatan saya karena kegiatan sekolah sangat padat sehingga butuh vitamin yang banyak untuk menjaga daya tubuh supaya bisa beraktivitas setiap harinya”.

---

<sup>100</sup> Wawancara dengan Aisyatur Rahmah selaku konsmumen HNI-HPAI. tanggal 25 Juli 2022 di via telepon.

## BAB IV

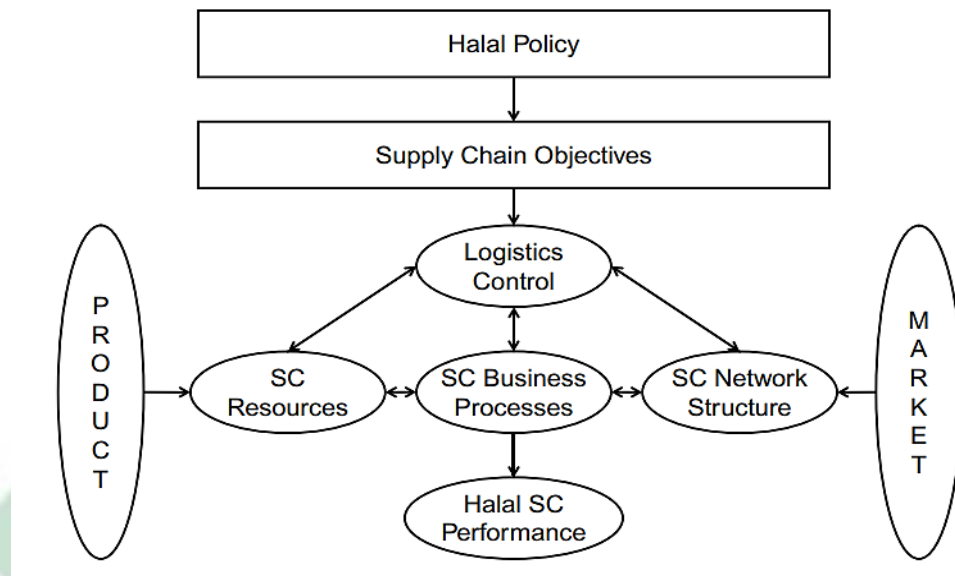
### ANALISIS *HALAL SUPPLY CHAIN MANAGEMENT* DI AGENCY CENTER AL JANNAH HNI HPAI KABUPATEN MAGETAN DENGAN MODEL *SUPPLY CHAIN OPERATION REFERENCE (SCOR)*

#### A. Analisis *Halal Supply Chain Management* di Agency Center Al Jannah HNI HPAI Halal Mart Kabupaten Magetan

Kegiatan operasional di Agency Center Al Jannah HNI HPAI Halal Mart Kabupaten Magetan yang mana bertujuan untuk menjadi pemimpin industri halal kelas dunia (dari Indonesia). Serta menjadi kepercayaan umat Islam yang utama dalam menyediakan produk halal. Serta menjadi perusahaan dengan memiliki jaringan pemasaran tingkat atas dengan kebanggaan umat, juga memiliki orientasi keterampilan pada bidang kesehatan *Thibbun Nabawi* yang bermanfaat bagi diri sendiri, keluarga, dan masyarakat. Untuk itu proses distribusi produk HNI HPAI perlu di perhatikan dalam hal yakni rantai pasok halal yang ada di Agency Center Al Jannah HNI HPAI Halal Mart Magetan mulai dari distribusi produk pihak pertama hingga terakhir ditangan konsumen dan bisa dikonsumsi. Proses *halal supply chain management* yang digunakan dalam penelitian ini merujuk pada Model *halal Supply Chain Management* pada halaman 39 Bab II Landasan Teori.

Berdasarkan hasil dari wawancara dengan beberapa informan yang meliputi *key informan* Ibu Sri Mulyani selaku pimpinan Agency Center Al Jannah HNI HPAI Halal Mart Magetan dan informan pendukung seperti bapak Rahman selaku karyawan di Agency Center, Ibu Widya selaku pemilik Stokis Center Mantab Halal Mart HNI HPAI Magetan, serta beberapa konsumen produk Halal Mart HNI HPAI, memiliki hasil bahwa produk HNI HPAI ini sangat banyak memiliki manfaat dan sudah mendapatkan sertifikasi halal dari DSN MUI, dari 6 proses model *halal supply chain management* sudah terpenuhi akan tetapi ada beberapa dalam proses tersebut masih memiliki kekurangan seperti halnya dalam retur

barang yang mana retur barang tidak bisa langsung kepada Agency Center akan tetapi melalui bussines center terlebih dahulu dan disalurkan kepada pihak perusahaan di PT HNI HPAI.



**Gambar 12. Model *Halal Supply Chain Management***

Berikut ini analisis yang dilakukan oleh peneliti berdasarkan hasil penelitian yang menunjukkan adanya proses model *halal supply chain management* di Agency Center Al Jannah HNI HPAI Halal Mart Magetan pada 6 proses model *halal supply chain management*, sebagai berikut:

### 1. Kebijakan Halal

Halal disini membutuhkan komitmen puncak melalui kebijakan halal, yang merupakan dasar dari organisasi rantai pasokan. Kebijakan halal antara lain di sini tanggung jawab organisasi untuk melindungi integritas rantai pasok halal seperti halnya ruang lingkup sertifikasi halal organisasi ataupun perusahaan, yakni jaminan (komitmen) kepada konsumen atau pelanggan, dan metode jaminan seperti mekanisme kontrol meliputi komite halal, dan petugas kepatuhan halal.

Dalam hal ini produk yang di pasarkan oleh PT HNI HPAI melalui Agency Center Al Jannah HNI HPAI Halal Mart Magetan juga sudah memiliki sertifikasi halal dibuktikan dengan adanya sertifikat halal yang dikeluarkan oleh Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama

Indonesia (DSN-MUI). PT HNI HPAI ini tentunya sudah memenuhi prinsip syariah sehingga bisa mendapatkan sertifikasi halal yang dikeluarkan oleh DSN-MUI berdasarkan SK.No. 014.71.01/DSN-MUI/XII/2018. Sehingga hal ini menjadi jaminan pada produk kepada konsumen bahwa benar kehalalan serta kenyamanan saat di konsumsi umat muslim yang ada di Indonesia ini khususnya.

Tidak hanya mengantongi sertifikasi halal saja bisa memberikan jaminan kepada konsumen akan tetapi untuk kelanjutan produksi dan distribusi produk HNI HPAI juga perlu adanya pengawas ataupun petugas khusus dalam melindungi integrasi kehalalan pada produk tersebut. Dalam hal ini PT. HNI HPAI juga sudah memiliki struktur organisasi di tingkatan pimpinan yakni Dewan Syariah berikut:

- a) Dr. H. Mawardi Muhammad Saleh, MA.
- b) Prof. Drs. H. M. Nahar Nahrawi, SH, MM (BPH DSN MUI)
- c) Dr. H. Endy M. Astiwara, MA, AAAIJ, FIIS. (BPH DSN MUI)

Tentunya Dewan Syariah juga menjadi struktural pada perusahaan yang sangat penting karena bertugas untuk memastikan dan mengawasi kesesuaian kegiatan operasional bank terhadap fatwa yang dikeluarkan oleh DSN, menilai aspek syariah terhadap pedoman operasional dan produk yang dikeluarkan, serta menyampaikan laporan hasil pengawasan syariah kepada direksi, dan juga komisaris yang ada di perusahaan PT HNI HPAI. Hal ini tentunya memberikan sentuhan khusus kepada konsumen karena sudah ada pengawas khusus dalam produk yang dikeluarkan PT HNI HPAI sesuai dan berlandaskan standar syariah yang jelas bagi perusahaan mulai dari bahan mentah hingga produk jadi.

Dalam *halal supply chain management* ini kebijakan halal sangat penting dan harus di utamakan mulai dari produksi makanan ataupun minuman halal hingga bisa di konsumsi aman oleh konsumen. Untuk itu diperlukan kebijakan halal juga pada karyawan dalam proses produksi di PT. HNI HPAI. Seperti halnya karyawan yang ada di HNI

HPAI juga memiliki integritas komitmen senantiasa bekerja dengan prosedur dan instruksi kerja yang telah ditetapkan dan hanya menggunakan bahan baku dalam melaksanakan proses produksi sesuai dengan persyaratan kriteria halal oleh MUI, tentunya yang sudah di tuangkan dalam sistem jaminan halal PT. HNI HPAI sehingga bisa mendapatkan sertifikasi halal dari MUI.

## 2. Kontrol logistik

Kontrol logistik di sini yakni menjadi model rantai pasok halal, yang memberikan dasar untuk pengambilan keputusan dan manajemen rantai pasok yang efektif, yang mana mulai dari kontrol logistik sebagai organisasi, perencanaan dan pengendalian arus barang, mulai dari pengembangan, pengadaan, manufaktur dan distribusi untuk pelanggan akhir. Elemen penting dalam pengendalian logistik di sini meliputi, lokasi titik *decoupling* pesanan pelanggan (CODP) dan tingkat koordinasi.

Dalam sistem kontrol logistik di Agency center Al Jannah Magetan untuk titik pemesanan berada di toko yang beralamatkan Waru Kulon, Milangasri, Panekan, Kabupaten Magetan atau di kantor Agency Center Al Jannah HNI HPAI Halal Mart Magetan, dan setelah itu akan di distribusikan melalui stokis center yang ada di Magetan yang salah satunya Stokis Center Mantab Halal Mart, setelah itu di pasarkan kepada konsumen dan masyarakat sekitarnya.

Terkait dengan kebijakan halal yang menjadikan pasok untuk perusahaan ini menjadi jelas. seperti halnya bahan baku halal yang melalui bahan mentah yakni dari alamiah tidak ada unsur haram pada bahan baku saat di produksi. PT HNI HPAI dalam memproduksi barang tentunya setiap produk sebelum dipasarkan atau dikeluarkan menjadi barang jadi, terlebih dahulu telah melalui uji pasar, uji kelayakan, uji kualitas. Semua produk PT HNI HPAI di produksi perusahaan yang langsung di bawah pengawasan dan kepemilikan PT HNI HPAI.



Dalam kontrol logistik ini juga adanya pengawasan sangat ketat dari produsen hingga jatuh di tangan konsumen. oleh sebab itu saat proses produksi dari bahan mentah menjadi barang yang bisa dikonsumsi PT. HNI HPAI menggunakan bahan-bahan yang herbal yang tidak terkontaminasi dengan hal yang non halal. seperti halnya salah satu produk HNI HPAI yakni sari kurma yang mana dalam komposisinya 100% dari kurma kering dan tanpa bahan pengawet. Untuk itu PT. HNI HPAI sendiri memegang teguh prinsip kehalalan dan kenyamanan saat di konsumsi oleh masyarakat.

Dalam hal Tingkat koordinasi pada PT HNI HPAI sangat masif hingga ke bagian bawah dalam pemasaran yakni menggunakan teknologi yang mampu mendorong serta meningkatkan kinerja perusahaan termasuk dalam hal pelayanan, kemudahan akses informasi dan transaksi yang real time. Seperti contohnya yakni elemen teknologi *AVO Agent Virtual Office* yang dimiliki PT HNI HPAI berguna untuk halaman personal member yang berfungsi untuk seluruh agen HPAI dalam mengetahui perkembangan jaringan dan personal statment. dan untuk SMS Center sendiri menjadi komunikasi dua arah antara *Customer Care* dengan agen HNI HPAI ataupun konsumen yang ingin mengetahui informasi mengenai program dan promo dari perusahaan.

### **3. Supply Chain Resource**

Sumber daya rantai pasok menggambarkan organisasi dan manajemen informasi. untuk organisasi bersertifikat halal diperlukan komite halal. Komite halal sendiri bertanggung jawab atas kepatuhan manajemen dan praktik sesuai dengan standar halal. komite halal sendiri sebaiknya memiliki petugas kepatuhan halal untuk membantu yang bertindak sebagai auditor internal. Manusia menjadi faktor penting dalam melaksanakan kebijakan halal maka dari itu perlu adanya pelatihan terhadap karyawan mengenai penerapan kebijakan dan prosedur halal.

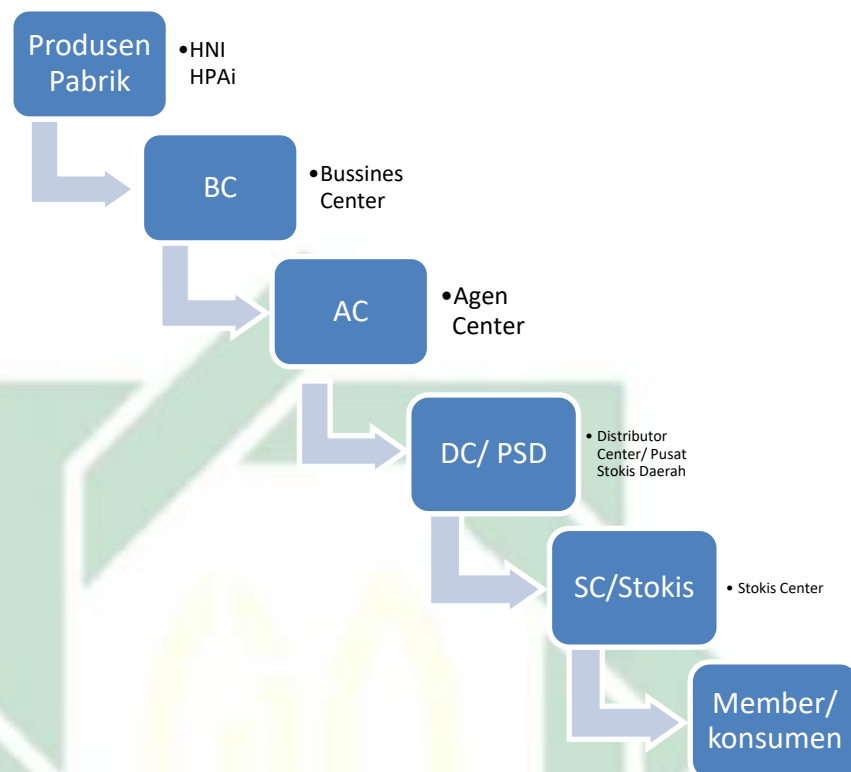


Agency Center Al Jannah HNI HPAI Halal Mart Magetan sendiri juga memperhatikan dalam meningkatkan kualitas para stokis dan juga karyawan dengan memberikan pengarahan pada saat awal pertama bulan bekerja hingga tiga bulan bekerja. hal ini tentunya menjadi tolak ukur kualitas SDM di perusahaan untuk terus bisa di tingkatkan kemampuannya. Dalam hal ini juga diterapkan pemahaman produk halal dari PT HNI HPAI kepada karyawan maupun agen. Tentunya karyawan atau agen yang sudah memiliki tingkat produktivitas dan pemahaman terhadap produk halal jauh lebih baik dari pada yang tidak menerima pelatihan. Pelatihan disini memiliki dampak yang sangat signifikan positif karena dapat mengurangi biaya proses yang timbul karena karyawan atau agen melakukan kesalahan sehingga terjadi tidak sesuaian produk ataupun pengulangan proses produksi.

#### **4. *Supply Chain Bussines Processes (Proses Bisnis SC)***

Untuk rantai pasok makanan halal, proses bisnis rantai pasokan pemenuhan pesanan pelanggan, manajemen aliran manufaktur dan pengadaan sangatlah penting. Pengadaan barang produk HNI HPAI ini tentunya melalui proses terlebih dahulu, sehingga berapapun jumlah produk yang dibutuhkan oleh agency center, stokis center, ataupun sampai ditangan konsumen juga berbeda beda, sehingga perlu adanya klasifikasi khusus untuk pemesanan produk tersebut, seperti halnya contoh stokis center mantab halal mart saat memesan produk HNI HPAI di Agency center biasanya kurang lebih mengambil beberapa produk dengan harga total dua juta rupiah, berbeda dengan konsumen yang membeli di stokis center dalam kebutuhannya hanya membeli mungkin satu atau dua tiga produk saja tidak seperti stokis center.

Hal ini tentunya menjadi perhatian bagi Agency Center karena pemenuhan pesanan pelanggan sangat berdampak untuk kelanjutan bisnis. Manajemen aliran distribusi manufaktur yang mana pada PT HNI HPAI ini sudah terintegritas dengan rapi seperti pada tabel berikut:



**Gambar 13. Alur Supply Chain Bussines Proses pada PT HNI HPAI**

Alur proses supply chain pada PT HNI HPAI dalam distribusi produk dari hulu ke hilir yang mana gudang atau pabrik sebagai penyedia produk dan produksi. Bussines Center melakukan pesanan pelanggan mendistribusikan kepada Agency Center setelah itu disalurkan kepada distributor center atau pusat stokis daerah, dan di distribusikan kepada stokis center hingga member HNI HPAI. konsumen bisa membeli produk pada stokis ataupun distributor center.

Proses *halal supply chain management* yang dilaksanakan oleh Agency Center Al Jannah HNI HPAI Kabupaten Magetan yakni dimulai dari penerimaan barang dari *supplier* hingga bisa di konsumsi masyarakat. Terkait dengan hal ini adapun proses penerimaan barang dari *supplier* kepada Agency Center Al Jannah HNI HPAI Kabupaten Magetan sebagai berikut:

1) Pengecekan alat distribusi

Adanya proses pengecekan alat distribusi yang digunakan oleh *supplier* seperti halnya mobil box atau tempat yang digunakan untuk mengantarkan distribusi produk HNI HPAI kepada Agency Center Al Jannah HNI HPAI Kabupaten Magetan. dalam pengecekan tersebut Agency Center melakukan pengecekan untuk menghindari unsur yang bisa mengakibatkan tidak halalnya sebuah produk seperti adanya darah, bangkai, atau minuman keras di dalam alat distribusi milik *supplier*. Sehingga konsumen bisa merasakan nyaman dalam mengkonsumsi produk tersebut karena sudah terjaga dari hal tersebut.

2) *Cross* cek barang datang sesuai pesanan

Dalam kegiatan *halal supply chain management* yakni proses pengecekan barang datang yang di laksanakan oleh Agency Center Al Jannah HNI HPAI Magetan ini dilaksanakan dengan cukup baik dan juga sesuai dengan prinsip syariah. Tentunya hal ini di buktikan dengan adanya *cross* cek barang yang datang yang mana harus sesuai dengan pesanan, baik dari jumlah, jenis, ataupun kualitas produk. oleh sebab itu *cross* cek ini perlu dilakukan karena menjadikan cerminan proses penerimaan barang yang jujur dan tidak ada praktik kecurangan dalam pendistribusiannya.

3) Pengecekan kualitas barang

Pengecekan kualitas barang juga di terapkan oleh Agency Center Al Jannah HNI HPAI Magetan, yang mana dibuktikan dengan saat produk tersebut datang pemilik dan karyawan juga turut ikut membantu mengecek kualitas barang seperti halnya produk yang cacat, kemasan rusak serta bebas dari hama ataupun *expired* sebuah produk. sehingga hal ini bisa memberikan rasa percaya dan kenyamanan pada konsumen yang akan membeli produk karena sudah di cek keamanan dan kualitas barangnya.

4) Pendistribusian produk ke tempat penyimpanan

Kegiatan yang dilaksanakan Agency Center Al Jannah HNI HPAI Magetan ini setelah dari pengecekan kualitas barang yakni pendistribusian produk ke tempat penyimpanan. proses ini dilaksanakan dengan baik, dengan dibuktikan saat penyimpanan barang di klasifikasikan terlebih dahulu menjadi satu jenis produk sehingga tidak tercampur antara produk satu dengan yang lainnya. tentunya dalam penyimpanan produk ini juga baik dan terjaga dengan suhu yang normal dan tidak terkena matahari secara langsung. Sehingga bisa membuat produk tersebut awet dan tentunya kualitas produk tetap terjaga.

5) Kegiatan kebersihan pada produk yang disimpan

Proses *halal supply chain management* pada tahapan berikutnya yakni kegiatan kebersihan pada produk yang disimpan yang mana bertujuan untuk menjaga kualitas produk. Pemilik dan karyawan di Agency Center Al Jannah HNI HPAI Magetan menjaga prinsip kebersihan dengan berpegang teguh pada hadis yang terkait dengan kebersihan sebagian dari iman. Tentunya ini membuat semangat karyawan juga untuk terus merawat dan membersihkan dengan rutin dalam rak penyimpanan produk HNI HPAI tersebut agar terhindar dari debu dan hama yang bisa membuat cacat pada produk tersebut. Hal ini dilaksanakan karena bertujuan untuk terus menjaga kualitas pada produk tersebut.

6) Pemasaran produk

Dalam pemasaran produk HNI HPAI ini juga ada webiste e commerce tersendiri untuk pemesanan produk sesuai dengan permintaan konsumen dan kebutuhan konsumen. Hal ini tentunya memberikan kemudahan kepada konsumen untuk bisa membeli produk di e commerce tersebut tidak perlu langsung ke lokasi dan bisa menggunakan online kurir untuk pengantarannya jika lokasi dalam satu daerah dan dikirim pada saat hari itu juga.

## 5. Struktur Jaringan Supply Chain

Struktur jaringan rantai pasokan ialah organisasi yang terhubung dan saling bergantung satu sama lain dan bekerja sama untuk mengelola serta mengontrol juga meningkatkan aliran bahan dan informasi. struktur jaringan yang baik dapat mengoptimalkan proses yang terjadi sehingga akan berdampak profit pada perusahaan. Seperti halnya melakukan kerja sama dengan strategi rantai pasok yang handal dan memperhatikan kepuasan pelanggan.

Struktur jaringan ini tentunya juga digunakan pada Agency Center Al Jannah HNI HPAI Halal Mart Magetan untuk lebih masif dalam koordinasi dan komunikasi seperti halnya dengan pemasok, manufaktur, distributor, retailer dan konsumen. Hal ini tentunya dibuktikan dengan adanya struktur distribusi produk yang ada di HNI HPAI sendiri seperti produk tersebut berasal dari PT HNI HPAI setelah itu lanjut kepada Bussines Center dan lanjut kepada Agency center hingga ke Stokis Center, Agency center juga sampai di tangan konsumen sangat menjaga komitmen yakni dalam kepuasan pelanggan tersebut, dan juga selalu siap sedia apabila ada pelanggan yang ingin bertanya mengenai apapun terkait manfaat dari produk HNI HPAI tersebut baik melalui SMS Center ataupun email.

PT HNI HPAI sendiri memiliki jaringan bagi agen khusus HNI HPAI yang dinamakan *Halal Network Internasional* yang bisa digunakan untuk saling berkoordinasi dan berkomunikasi dengan mentor dari HNI HPAI tersebut untuk kelangsungan bisnis, seperti strategi penjualan, informasi produk dan terkait perusahaan PT HNI HPAI.

## 6. Halal Supply Chain Performance

Industri makanan halal agar dapat mengoptimalkan rantai pasokannya, maka harus memasukkan indikator baru dalam sistem pengukuran kinerjanya untuk memastikan bahwa rantai pasoknya tidak



hanya efisien akan tetapi juga efektif dalam melindungi integritas halal dan kuat dalam pelaksanaan rantai pasokannya. Dalam mengukur kinerja rantai pasok halal, sangat penting untuk mengukur dua aspek kunci, yakni kualitas proses dan pemborosan. Kualitas proses membahas kekuatan/ kepercayaan suatu merek, kredibilitas sertifikat halal dan keluhan konsumen yang diterima mengenai status kehalalan suatu produk. Dalam hal pemborosan di distribusi yakni limbah dalam rantai pasokan yang mana dapat dihindari atau diminimalkan dengan menggunakan kemasan yang bisa di daur ulang kembali. Karena limbah pada konsumen akhir lebih sulit dikelola dari rantai pasokan.

Untuk hal efisiensi Agency Center selalu menjaga kepercayaan pelanggan, apabila ada pelanggan yang membeli produk, selalu dicek setiap pemakaian satu bulan dua bulan pertama mengenai dampak yang dirasakan dalam tubuh, sehingga konsumen sangat merasa puas dalam mengkonsumsi produk HNI HPAI.

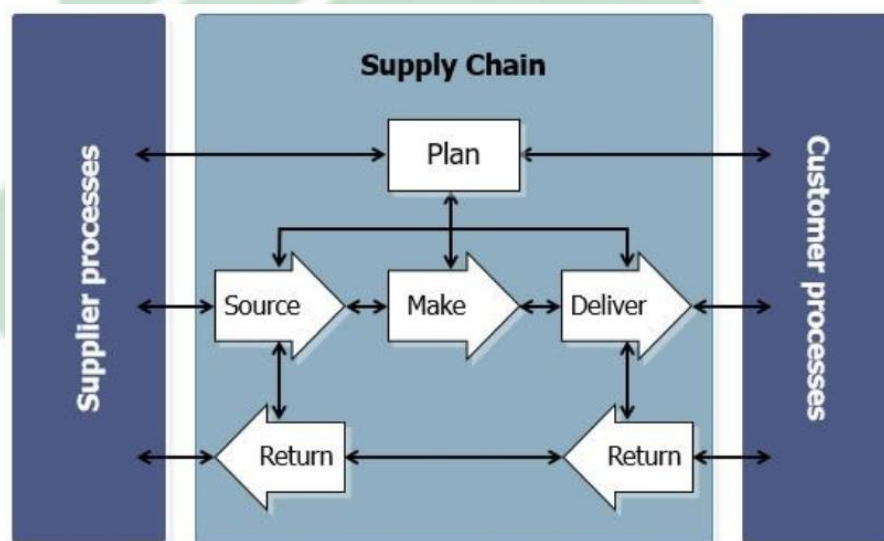
Dalam penanganan limbah pemborosan seperti sampah juga konsumen memetakkan sendiri seperti ada beberapa produk yang menggunakan botol maka botol itu masih bisa di daur ulang atau dikumpulkan setelah itu bisa di jual di barang-barang bekas atau di manfaatkan kembali. sehingga hal ini tentu bisa meringankan limbah konsumen akhir atau lebih meminimalisir pembuangan limbah rumah tangga yang mengkonsumsi produk HNI HPAI. tentunya ini bisa menjadikan efisien pada produk HNI HPAI dalam rantai pasok halal.

#### **B. Analisis *Supply Chain Operation Referencer* di Agency Center Al Jannah HNI HPAI Kabupaten Magetan**

*Supply Chain Operation Reference* (SCOR) model adalah salah metode penyelesaian masalah dalam strategi rantai pasok.<sup>101</sup> Untuk itu proses dalam rantai pasok HNI HPAI perlu di perhatikan dalam hal yakni yang ada di Agency Center Al Jannah HNI HPAI Halal Mart Magetan mulai dari distribusi produk pihak pertama hingga terakhir ditangan

<sup>101</sup> Bolstroff dan Rosenbaum, *op. cit.*, 9.

konsumen dan bisa dikonsumsi. *Supply chain operation reference* (SCOR) sendiri didefinisikan sebagai model yang menggambarkan aktivitas bisnis yang terkait dengan pemenuhan permintaan konsumen, yang mana meliputi rencana, sumber, pembuatan, pengiriman, dan pengembalian. metode SCOR ini memiliki 5 variabel yaitu *plan*, *source*, *make*, *delivery*, dan *return*. Proses analisis *supply chain operation reference* yang digunakan dalam penelitian ini merujuk pada Model *supply chain operation reference* (SCOR) pada halaman 46 Bab II Landasarn Teori.



**Gambar 14. SCOR model (Bolstroff dan Rosenbaun, 2011)**

Berdasarkan konsep pada gambar 14. dapat dianalisis sebagai berikut :

### 1. Plan (Rencana)

Dalam hal ini Agency Center Al Jannah HNI HPAI Kabupaten Magetan mempunyai kegiatan yang sudah direncanakan dalam rantai pasokan untuk kelanjutan dalam distribusi produk serta rencana mengoperasikan rantai pasokan. Hal ini dapat di analisis pada model *halal supply chain management* yang mana merencanakan persediaan untuk distribusi kepada stokis center dan juga para agen stok di Kabupaten Magetan, juga perencanaan dalam pembelian produk kepada pihak distributor dibuktikan dengan adanya stokis center dan juga member ketika mengajukan sebuah permintaan produk. Hal ini tentu saja berbeda dalam rancangan anggaran belanja pada stokis center dan agen

ataupun member. Sehingga hal ini diklasifikasikan dan setelah itu direncanakan untuk dilaporkan rencana anggaran belanja kepada pihak *supplier*. Untuk meningkatkan distribusi rantai pasok yang lebih luas maka Agency Center Al Jannah HNI HPAI Kabupaten Magetan memiliki rencana kebijakan yang khusus yakni:

- b. Mempertahankan alur distribusi yang sudah ada.
- c. Menerapkan penggunaan teknologi *online* untuk proses distribusinya.
- d. Terus meningkatkan sumber daya manusia yang ada di dalam Agency Center Al Jannah HNI HPAI Kabupaten Magetan.

## 2. Source (Sumber)

Proses ini berkaitan dengan sumber daya operasional dari Agency Center Al Jannah HNI HPAI Kabupaten Magetan dalam pengoptimalan pesanan pembelian atau jadwal pengiriman, penerimaan dan penyimpanan barang. Proses konsumen dalam melakukan pembelian produk bisa melalui online dan offline di Agency Center Al Jannah HNI HPAI Kabupaten Magetan yakni sebagai berikut:

- a. Merencanakan anggaran belanja produk yang mana dibuktikan dengan adanya stokis center mantab halal mart untuk membeli produk di Agency Center Al Jannah HNI HPAI Kabupaten Magetan yakni sejumlah 50 produk dengan rincian yang dibagi yakni 20 unit herbal produk, 20 unit makanan dan minuman sehat, 10 unit produk kesehatan kecantikan.
- b. Pihak dari Agency Center Al Jannah HNI HPAI Kabupaten Magetan memberikan invoice kepada stokis center dengan total jumlah yang harus dibayarkan.
- c. Stokis Center melakukan pembayaran via transfer ataupun bisa secara langsung datang secara offline di lapak Agency Center Al Jannah HNI HPAI Kabupaten Magetan.
- d. Dan setelah itu produk bisa langsung di ambil oleh stokis center pada hari setelah pembayaran tersebut dan sudah di tentukan jadwal pembayaran serta pengambilan produknya.

### 3. Make (Pembuatan)

Dalam hal pembuatan Agency Center Al Jannah HNI HPAI Kabupaten Magetan di sini sebagai distributor kepada stokis dan agen juga konsumen. Untuk itu pembuatan produk mulai dari supplier awal yakni pabrik PT. HNI HPAI dan setelah itu di distribusikan kepada bisnis center juga Agency Center HNI HPAI. Pembuatan di sini berkaitan dengan proses produksi yang mana semua jenis konversi material diwakili dalam proses berikut:

- a. Proses produksi, dalam proses produksi ini karyawan bagian produksi PT. HNI HPAI melaksanakan sholat dhuha terlebih dahulu sebelum melakukan pekerjaan, dan karyawan melakukan sterilisasi badan untuk memasuki ruang produksi.
- b. PT. HNI HPAI juga menerapkan *Quality Control* pada saat produksi. Fungsi dari *Quality Control* sendiri di PT. HNI HPAI yakni bertujuan untuk memastikan bahwa produk yang disediakan memenuhi persyaratan spesifik dan dapat diandalkan memuaskan juga sehat secara fiskal (berfungsi), melakukan identifikasi produk yang tidak memenuhi spesifikasi perusahaan kualifikasi.
- c. Penekanan *Quality Control* terdapat pada pengujian produk yang mana PT. HNI HPAI dalam sistem produksinya juga terdapat pengujian laboratorium, apabila terdapat kecacatan pada produk maka dilaporkan kepada pihak manajemen pembuat keputusan apakah produk dapat dirilis atau ditolak. Hal ini bertujuan untuk menjamin kualitas dan merupakan upaya untuk meningkatkan serta menstabilkan proses produksi untuk menghindari kecacatan produk saat dikeluarkan.
- d. Ketika produk sudah layak dan lolos melalui uji laboratorium dan juga sudah memenuhi *quality control* maka produk tersebut bisa diproduksi dan disimpan di dalam gudang PT. HNI HPAI. Setelah itu di distribusikan kepada jaringan dari HNI HPAI Seluruh Indonesia.

#### 4. Deliver (Pengiriman)

Proses pengiriman di sini menggambarkan aktivitas yang terkait pengiriman, pemeliharaan, dan pemenuhan pesanan pelanggan pada Agency Center Al Jannah HNI HPAI Kabupaten Magetan sebagai berikut:

- a. Pengiriman, sesuai dengan analisis strategi *halal supply chain management* yang mana di Agency Center Al Jannah HNI HPAI Kabupaten Magetan dalam aspek pengiriman dapat menggunakan via *online* ataupun *offline*. Dengan cara membuat rencana belanja terlebih dahulu setelah itu disetorkan kepada pihak Agency Center Al Jannah HNI HPAI Kabupaten Magetan untuk diberikan total harga dan setelah itu bisa melakukan pembayaran via banking ataupun secara langsung ke lokasi. Pelunasan pembayaran pada hari itu maka barang siap dikirimkan hari itu juga.
- b. Pemeliharaan, Agency Center Al Jannah HNI HPAI Kabupaten Magetan pada proses model *halal supply chain management* juga terdapat penyimpanan barang setelah di *cross* cek dari supplier, bahwa Agency Center Al Jannah HNI HPAI Kabupaten Magetan dalam penyimpanan menggunakan rak khusus produk HNI HPAI dan penataan yang rapi serta sejenis agar tidak tercampur dengan produk yang lainnya. Serta mengadakan kegiatan kebersihan secara rutin setiap hari untuk membersihkan rak tersebut agar tidak ada gangguan hama yang mengakibatkan penurunan kualitas dari produk tersebut.

#### 5. Return (Pengembalian)

Proses pengembalian yang mana meliputi sebagai berikut seperti kebutuhan pengembalian, keputusan disposisi, penjadwalan pengembalian dan pengiriman penerimaan pengembalian. Di Agency Center Al Jannah HNI HPAI Kabupaten Magetan dalam proses penelitian sejauh ini masih belum ada konsumen yang ingin melakukan proses pengembalian dikarenakan suatu hal yang tidak diinginkan. akan tetapi adapun proses pengembalian produk apabila didapati kecacat



an produk bisa dikembalikan di gerai yang di tuju saat membeli produk setelah itu akan di cek kembali kecacatan produk tersebut dan akan di gantikan pada hari itu juga.

#### **6. Enable (Kemungkinan)**

Dalam hal ini untuk menyiapkan dan menanggulangi kemungkinan-kemungkinan yang tidak pasti kurang baik dan memiliki risiko yang tinggi maka diperlukan adanya manajemen sumber daya manusia dan juga manajemen risiko di Agency Center Al Jannah HNI HPAI Kabupaten Magetan. Dalam meningkatkan sumber daya manusia yang terdapat di Agency Center Al Jannah HNI HPAI Kabupaten Magetan pemilik biasa melakukan upgrading diri pada karyawan maupun para stokis yang mana memberikan pelatihan pemahaman terhadap produk yang dijual juga pemasaran khas dari HNI HPAI. Hal ini biasanya di lakukan setiap 3 bulan sekali dan setiap ada karyawan baru masuk dalam perusahaan.

Untuk menyikapi kemungkinan yang tidak terduga dalam hal ini diperlukan manajemen risiko di sebuah perusahaan akan tetapi di Agency Center Al Jannah HNI HPAI Kabupaten Magetan masih belum menggunakan sistem manajemen risiko tersebut. walaupun diketahui bahwa manajemen risiko sendiri bisa digunakan untuk mengantisipasi kemungkinan terburuk dari sebuah perusahaan. Pentingnya manajemen risiko bertujuan untuk mengetahui segala kemungkinan yang terjadi pada perusahaan dalam perjalanan usaha tersebut, meminimalkan kerugian apabila terjadi hal yang tidak di inginkan di perusahaan, memberikan rasa aman bagi karyawan ataupun pemilik dari perusahaan tersebut, dan menjaga stabilitas pertumbuhan perusahaan tersebut.

Dalam hal ini Agency Center Al Jannah HNI HPAI Kabupaten Magetan sudah melakukan pengembangan SDM yang cukup baik dengan mengadakan pelatihan pemahaman produk kepada karyawan akan tetapi kurangnya dalam penanganan risiko pada produk yang dijual oleh Agency Center Al Jannah HNI HPAI Kabupaten Magetan

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, juga berdasarkan penjelasan analisis data dan rumusan masalah yang ada pada penelitian Tesis ini yang mana menggunakan obyek penelitian Agency Center Al Jannah HNI HPAI Kabupaten Magetan, untuk itu peneliti dapat menyimpulkan sebagaimana berikut:

Bahwa sesuai dengan analisis yang ada dalam penelitian ini, yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah pertama yakni strategi halal *supply chain management* di Agency Center Al Jannah HNI HPAI Kabupaten Magetan. Terdapat 6 unsur model *halal supply chain management* yang mana sudah di terapkan sebagai berikut, kebijakan halal, kontrol logistik, *supply chain resource*, *supply chain management processes*, struktur jaringan *supply chain*, *halal supply chain performance*.

Dalam hal efisiensi performa yang di miliki Agency Center Al Jannah HNI HPAI Kabupaten Magetan juga dapat dilihat dari halal *supply chain performance*. Untuk mengetahui hal tersebut dan juga menjawab rumusan masalah yang kedua dalam penelitian ini yakni dibutuhkan analisis model *supply chain operation reference* (SCOR) di Agency Center Al Jannah HNI HPAI Kabupaten Magetan, dalam analisis ini terdapat 6 variabel antara lain, *plan* (rencana), *source* (sumber), *make* (pembuatan), *deliver* (pengiriman), *return* (pengembalian), *enable* (kemungkinan).

Analisis SCOR ini digunakan untuk melihat implementasi kinerja dari model *halal supply chain management* mulai dari kebijakan halal yang perlu menggunakan *plan* (rencana) pada Agency Center Al Jannah HNI HPAI Kabupaten Magetan untuk bisa terus berkembang yakni dengan mempertahankan alur distribusi, menerapkan penggunaan teknologi *online* untuk proses distribusi dan terus meningkatkan SDM yang ada dalam

perusahaan ini. Berikutnya yakni kontrol logistik yang di analisis dengan kinerja model SCOR dengan variabel *source* (sumber) terdapat pada Agency Center Al Jannah HNI HPAI Kabupaten Magetan bahwa dimulainya untuk kontrol logistik perlunya juga memperhatikan sumber yang sudah di terapkan seperti, merencanakan anggaran belanja produk, memberikan *invoice* pada pembeli, melakukan pembayaran, produk dalam pengiriman secara langsung.

Kontrol logistik juga perlu memperhatikan dalam pembuatan atau *make* variabel yang ada di dalam *supply chain operation reference* di mana karyawan harus steril dalam proses produksi, penerapan *quality control*, menerapkan uji laboratorium, penyimpanan yang aman di gudang. untuk itu strategi model *halal supply chain management* yang mana terdapat proses bisnis *supply chain* hal ini di analisis dengan menggunakan metode SCOR tersebut yakni dengan variabel *deliver* (pengiriman) terdapat pengiriman di Agency Center Al Jannah HNI HPAI Kabupaten Magetan ini dapat melalui sistem *online* ataupun *offline*. Dalam proses pengiriman yakni pemeliharaan dan penyimpanan produk di tempat yang aman serta nyaman. Variabel berikutnya yakni *return* (pengembalian) proses pengembalian barang ini dapat di lakukan di tempat saat membeli produk tersebut dan menunggu barang dikirimkan setelah dicek kembali oleh pihak distributor.

Variabel terakhir yang digunakan dari strategi *supply chain operation reference* ialah *enable* dalam variabel ini Agency Center Al Jannah HNI HPAI Kabupaten Magetan belum menerapkan manajemen risiko. akan tetapi sudah menerapkan terkait dengan pengembangan sumber daya manusia yang cukup baik dengan adanya pelatihan pemahaman produk pada karyawan. Untuk itu dari 6 variabel yang ada dalam analisis model *supply chain operation reference* Agency Center Al Jannah HNI HPAI Kabupaten Magetan belum menerapkan manajemen risiko untuk menanggulangi kemungkinan-kemungkinan yang terjadi di kemudian hari.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan di atas, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi Agency Center Al Jannah HNI HPAI Kabupaten Magetan, perlunya peningkatan dalam model manajemen risiko karena berfungsi untuk mengatasi kemungkinan yang tidak di ingin dari perusahaan dan bisa menstabilkan laju perusahaan baik dari segi manapun.
2. Bagi Peneliti selanjutnya, diharapkan dapat melakukan penelitian lebih mendalam dengan di dukung data yang terbaru dan pembahasan yang lebih luas agar mampu menggambarkan secara jelas dan memiliki kebaharuan dalam variabel *halal supply chain management*. Selain itu peneliti selanjutnya dapat memberikan sentuhan penelitian yang terbaru dengan memperbaharui teori yang sudah lama dan menjadikan teori dengan mengkolaborasikan teori lama dan baru sehingga bisa mewujudkan hasil penelitian yang lebih maksimal .



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU, JURNAL, dan WEB :

- Ahmadi, Rumlan. *Metodi Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: AR – Ruzz Media, 2017.
- APICS Supply Chain Council. *SCOR TRAINING : Introduction to the SCOR Supply Chain Operations Reference Model Version 12: Overview*. Chicago: APICS Supply Chain Council, 2017.
- Aziz, Fauzan, Retno Setyorini, dan Yulia Nur Hasanah. “Analisis Halal Supply Chain pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Makanan di Kota Bandung.” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 7, no. 01 (2021): 293–301.
- Azmi, Fadhlur Rahim, Abu Abdullah, Haslinda Musa, dan Wan Hasrulnizzam Wan Mahmood. “Perception of food manufacturers towards adoption of halal food supply chain in Malaysia.” *Journal of Islamic Marketing* 11, no. 3 (2020): 571–89. doi:10.1108/JIMA-12-2018-0236.
- Bolstorff, Peter, dan Robert Rosenbaum. *Supply Chain Excellence. Supply Chain Leadership*. New York: American Management Association, 2011.
- Bungin, Burhan. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial lainnya*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2016.
- Chopra, Sunil, dan Peter Meindl. *Supply Chain Management: Strategy, Planning, and Operation*. Sixth Edit. England: Pearson Education Limited, 2016.
- Deputy of Economy Indonesian Ministry of National Development Planning. “Indonesian Ministry of National Development Planning The Indonesia Masterplan of Sharia Economy 2019-2024.” Jakarta, 2019.
- Fawcett, Stanley E., Lisa M. Ellram, dan Jeffrey A. Ogden. *Supply Chain Management From Vision to Implementation*. England: Pearson Education Limited, 2014.
- Ganika, Gerry. “Keterkaitan Antara Orientasi Rantai Pasok, Berbagi Informasi Dan Kepuasan Inter-Relasi Antar Perusahaan.” *Jurnal Manajemen dan Bisnis* 12, no. 1 (2016): 1–33.
- Hashim, Nik Alif Amri Nik, Roslizawati Che Aziz, Abdullah Muhamed Yusoff, Shah Iskandar Fahmie Ramlee, Wan Farha Wan Zulkiffli, Zaimatul Awang, Nor Maizana Mat Nawi, dan Marlisa Abdul Rahim. “The Success of Halal Supply Chain Management Practices in Malaysia.” *Jour of Adv Research in Dynamical & Control Systems* 12, no. 8 (2020): 232–36. doi:10.5373/JARDCS/V12I8/20202469.



- Hayati, Enty Nur. "Supply Chain Management (SCM) Dan Logistic Management." *Jurnal Dinamika Teknik* 8, no. 1 (2014): 25–34.
- Jamehshooran, Bijan Ganji, Awaluddin M. Shahrour, dan Habibah Norehan Haron. "Assessing supply chain performance through applying the SCOR model." *International Journal of Supply Chain Management* 4, no. 1 (2015): 1–11.
- Khan, Mohd Imran, Shahbaz Khan, dan Abid Haleem. "Analysing barriers towards management of Halal supply chain: a BWM approach." *Journal of Islamic Marketing* 13, no. 1 (2019): 66–80. doi:10.1108/JIMA-09-2018-0178.
- Kristiana, Bernadhetta Vivi, Anita Indrasari, dan Ida Giyanti. "Halal Supply Chain Management dalam Optimalisasi Penerapan Sertifikasi Halal UMKM." *Performa: Media Ilmiah Teknik Industri* 19, no. 2 (2020): 113–20. doi:10.20961/performa.19.2.46379.
- Lestari, Fitra, dan Budi Azwar. *Strategi Rantai Pasok Halal di Malaysia (Proses Bisnis di Malaysia)*. Pekanbaru: Kreasi Edukasi Publishing and Consulting Company, 2019.
- Natalia, Christine, dan Robertus Astuario. "Penerapan Model Green SCOR untuk Pengukuran Kinerja Green Supply Chain." *Jurnal Metris* 16, no. 3 (2015): 97–106. doi:10.37438/jimp.v3i3.164.
- Ngah, Abdul Hafaz, Yuserrie Zainuddin, dan Ramayah Thurasamy. "Barriers and enablers in adopting Halal transportation services : A study of Malaysian Halal Manufacturers." *International Journal of Business and Management II*, no. 2 (2014): 49–70.
- Omar, Emi Normalina, dan Harlina Suzana Jaafar. "Halal supply chain in the food industry - A conceptual model." *ISBEIA 2011 - 2011 IEEE Symposium on Business, Engineering and Industrial Applications*, 2011, 384–89. doi:10.1109/ISBEIA.2011.6088842.
- Padillah, Herlinda, Yulison Herry Chrisnanto, dan Agung Wahana. "Model supply chain operation reference (scor) dan analytic hierarchy process (ahp) untuk sistem pengukuran kinerja supply chain management." *Prosiding SNST ke-7 Tahun 2016 Fakultas Teknik Universitas Wahid Hasyim Semarang*, 2016, 31–36.
- Pujawan, I Nyoman. *Supply chain management*. 3 ed. Yogyakarta: Andi, 2017.
- Qardhawi, Yusuf Al. *Halal dan Haram dalam Islam*. Surakarta: Era Intermedia, 2003.
- Rahman, Nor Aida Abdul, Azizul Hassan, dan Mohammad FakhrulNizam Mohammad. *Halal Logistics and Supply Chain Management in Southeast*

*Asia*. New York: Taylor & Francis, Group, 2021.

Salaam Gateway. "State of the Global Islamic Economy 2020/21 Report," 2020. <https://www.salaamgateway.com/reports/state-of-the-global-islamic-economy-202021-report-executive-summary-in-bahasa-indonesia>.

Simchi-Levi, David, dan Philip Kaminsky. *Designing and Managing the Supply Chain: Concepts, Strategies, and Case Studies*. United State of America: McGraw-Hill Education, 2021.

Talib, Mohamed Syazwan Ab, Abu Bakar Abdul Hamid, dan Mohd Hafiz Zulfakar. "Halal Supply Chain Critical Success Factors: A Literature Review." *Journal of Islamic Marketing* 6, no. 1 (2015): 44–71.

Tieman, Marco. "The application of Halal in supply chain management: In-depth interviews." *Journal of Islamic Marketing* 2, no. 2 (2011): 186–95. doi:10.1108/17590831111139893.

Tieman, Marco, Jack G.A.J. van der Vorst, dan Maznah Che Ghazali. "Principles in halal supply chain management." *Journal of Islamic Marketing* 3, no. 3 (2012): 217–43. doi:10.1108/17590831211259727.

Ubaydilla, Zahro, dan Muhamad Said Fathurohman. "Implementasi Halal Traceability Supply Chain Dengan Model Supply Chain Operation Reference (Scor) Industri Makanan Halal." *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan* 8, no. 5 (2021): 617–29. doi:10.20473/vol8iss20215pp617-629.

Usman, Indrianawati, Li'izzah Gindia Manzi, dan Norlinda Mohd Rozar. "Assessing Halal Supply Chain Performance of Skincare Product Through SCOR Model at Aesthetic Clinic in Surabaya." *AgBioForum* 23, no. 2 (2021): 22–36.

Vorst, Jack Van Der. *Supply Chain Management: theory and practices*. Netherlands: Wageningen University & Research, 2004.

Wahyuniardi, Rizki, dan Moh Syarwani. "Pengukuran Kinerja Supply Chain Dengan Pendekatan Supply Chain Operation References (SCOR)." *Jurnal Ilmiah Teknik Industri* 16, no. 2 (2017): 123–32. doi:10.23917/jiti.v16i2.4118.

Wiley. *Metode Penelitian untuk Bisnis pendekatan pengembangan – keahlian*. Yogyakarta: Salemba Empat, 2013.

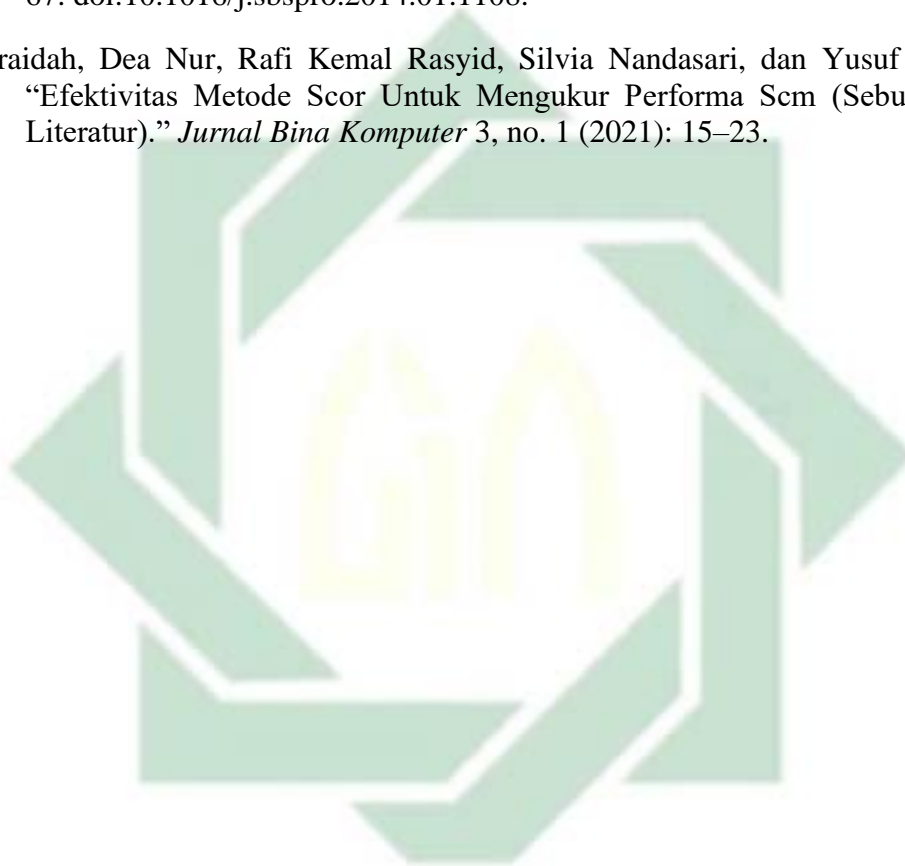
Zain, Nur Faizah Binti Mat, Harlina Suzana Binti Jaafar, dan Irwan Bin Ibrahim. "Modelling Halal Supply Chain : Strategy For Industrial Parks in Malaysia." *Advances in Transportation and Logistics Research*, 2018, 540–51.

Zainuddin, dan Iwan Vanany. "Supply Chain Analysis Dengan Model Scor Dan Simulasi pada Enginerr-to-engineer (ETO) (studi kasus: PT. X)." *Prosiding*

*Seminar Nasional Manajemen Teknologi XXIII*, no. 2007 (2015): A-68-1-A-68-9.

Zulfakar, Mohd Hafiz, Marhani Mohamed Anuar, dan Mohamed Syazwan Ab Talib. "Conceptual Framework on Halal Food Supply Chain Integrity Enhancement." *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 121 (2014): 58–67. doi:10.1016/j.sbspro.2014.01.1108.

Zuraidah, Dea Nur, Rafi Kemal Rasyid, Silvia Nandasari, dan Yusuf Amrozi. "Efektivitas Metode Scor Untuk Mengukur Performa Scm (Sebuah Studi Literatur)." *Jurnal Bina Komputer* 3, no. 1 (2021): 15–23.



UIN SUNAN AMPEL  
S U R A B A Y A