

Pengujian Model Struktural Kinerja Rantai Pasok Halal

Kholifah Ika Wahyuningsih^{1*}, Devani Laksmi Indyastuti², dan Retno Widuri³

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jenderal Soedirman, Indonesia

*Email corresponding author: kholifah.w@mhs.unsoed.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pengaruh parsial diantara variabel tekanan sosial, insentif ekonomi halal, komitmen halal, manajemen hubungan rantai pasok, desain rantai pasok halal, dan kinerja rantai pasok halal. Analisis data dalam penelitian ini dilakukan menggunakan SEM-PLS dan memperoleh hasil (a) Tekanan sosial berpengaruh positif terhadap insentif ekonomi halal, komitmen halal, manajemen hubungan rantai pasok, dan desain rantai pasok halal. (b) Insentif ekonomi halal berpengaruh positif terhadap komitmen halal, manajemen hubungan rantai pasok, dan desain rantai pasok halal. (c) Komitmen halal berpengaruh positif terhadap manajemen hubungan rantai pasok dan desain rantai pasok halal. (d) Manajemen hubungan rantai pasok dan desain rantai pasok halal masing-masing memiliki pengaruh positif terhadap kinerja rantai pasok halal. Implikasi dari penelitian ini yaitu pemerintah diharapkan meningkatkan jumlah insentif ekonomi halal bagi pelaku UMKM seiring pesatnya perkembangan industri halal. Insentif tersebut diharapkan dapat menjadi motivasi bagi pelaku UMKM untuk meningkatkan komitmen untuk mengimplementasikan rantai pasok halal, sehingga integritas kehalalan produk semakin terjaga.

Kata Kunci: Makanan Halal UMKM, Tekanan Sosial, Insentif Ekonomi Halal, Komitmen Halal, Kinerja Rantai Pasok Halal.

Abstract

This study aims to explore the partial influence between variables of social pressure, halal economic incentives, halal commitment, supply chain relationship management, halal supply chain design, and halal supply chain performance. Data analysis in this study was conducted using SEM-PLS and obtained the results (a) Social pressure has a positive effect on halal economic incentives, halal commitment, supply chain relationship management, and halal supply chain design. (b) Halal economic incentives have a positive effect on halal commitment, supply chain relationship management, and halal supply chain design. (c) Halal commitment has a positive effect on supply chain relationship management and halal supply chain design. (d) Supply chain relationship management and halal supply chain design each have a positive influence on the performance of the halal supply chain. The implication of this research is that the government is expected to increase the number of halal economic incentives for SMEs in line with the rapid development of the halal industry. This incentive is expected to be a motivation for MSME actors to increase their commitment to implementing the halal supply chain, so that the integrity of the halal product is maintained.

Keywords: SMEs Halal Food, Social Pressure, Halal Economic Incentives, Halal Commitment, Halal Supply Chain Performance.

PENDAHULUAN

Industri halal telah menjadi trend dan berkembang pesat saat ini. Peluang konsumen dalam industri halal juga besar seiring dengan jumlah populasi Muslim global yang terus bertumbuh (Cholifihani, 2018). Adapun, salah satu sektor yang menempati posisi kedua dalam kontribusinya pada industri halal yaitu sektor makanan halal (State The Global Islamic Economy Index Report). Hal ini karena makanan merupakan kebutuhan primer manusia.

Menurut data Royal Islamic Strategic Studies Centre (RISSC) Tahun 2021, Indonesia merupakan negara dengan jumlah populasi Muslim terbesar di dunia (<https://databoks.katadata.co.id>), dengan 86,9% dari 273.879.750 jiwa total penduduk Indonesia merupakan masyarakat Muslim (<https://dukcapil.kemendagri.go.id>). Di Indonesia sendiri, industri halal dapat meningkatkan PDB sebesar 1-3% (Kemenperin, 2021) sedangkan 60% PDB diketahui berasal dari kontribusi UMKM (Julaika, 2020). Meskipun demikian, jumlah UMKM yang telah memiliki sertifikat halal produk hanya sekitar 1% (Purnamasari, 2021).

Oleh karena itu, Pemerintah Indonesia meluncurkan Masterplan Ekonomi Syariah (MEKSI) pada 2019 lalu sebagai strategi untuk menjadi produsen produk halal dunia. Ada empat langkah strategis yang akan dilakukan, salah satunya yaitu dengan penguatan rantai nilai halal. Penguatan rantai nilai halal ini dapat dioptimalkan dengan adanya sertifikat halal produk. Hal ini juga didukung dengan adanya Undang-Undang No 34 Tahun 2014 yang mewajibkan sertifikasi halal bagi produk yang beredar di Indonesia.

Melihat urgensi dan dukungan terhadap sertifikasi halal, para pelaku UMKM harus mulai menerapkan konsep halal dalam usahanya atau dengan menerapkan rantai pasok halal. Hal ini karena rantai pasok halal merupakan proses halal dari pemasok hingga konsumen (Omar & Jaafar, 2011 dalam Rasie et al., 2017) dan dapat dilakukan dengan menerapkan mekanisme dalam rantai pasok halal yang terdiri dari manajemen hubungan rantai pasok dan desain rantai pasok halal.

Adanya penerapan mekanisme rantai pasok halal yang baik oleh para pelaku usaha diharapkan dapat menjadi strategi untuk menjaga integritas kehalalan produk tetap terjaga. Zainuddin et al., (2019) menyatakan bahwa kunci utama dalam pengukuran kinerja rantai pasok halal ialah ada pada integritas kehalalan produknya. Oleh karena itu, pemeliharaan integritas kehalalan produk dapat dicapai dengan meningkatkan kinerja rantai pasok halal.

Akan tetapi, penerapan mekanisme rantai pasok halal oleh pelaku UMKM ini biasanya dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik itu yang berasal dari dalam diri pelaku UMKM tersebut maupun berasal dari eksternal UMKM. Hal ini karena jumlah modal yang dimiliki cukup kecil sehingga pelaku usaha lebih mempertimbangkan biaya-biaya yang timbul apabila menerapkan rantai pasok halal, yang mana segala prosesnya harus sesuai standar halal. Faktor yang dapat mempengaruhi mekanisme rantai pasok pada pelaku UMKM ini dikaji melalui pendekatan Teori Perilaku Terencana (TPB) yang dikembangkan oleh Icek Ajzen pada tahun 1991. Adapun faktor prediksi tersebut yaitu tekanan sosial, insentif ekonomi halal, dan komitmen halal.

Tekanan sosial merupakan tekanan yang berasal dari eksternal perusahaan dan dapat

mempengaruhi keputusan perusahaan (Singh et al., 2018). Dalam industri halal, tekanan eksternal yang terjadi seperti meningkatnya permintaan produk halal, tekanan pelanggan yang lebih menyukai produk halal, adanya regulasi pemerintah yang mewajibkan sertifikasi halal produk, serta peran lembaga keuangan dalam menyalurkan pembiayaan. Adanya tekanan sosial ini dapat menjadi motivasi dan tantangan bagi pelaku UMKM untuk menerapkan mekanisme rantai pasok halal. Insentif ekonomi halal merupakan *reward* atau tambahan balas jasa yang diberikan kepada para pemangku kepentingan (Hasibuan, 2017) dalam rangka meningkatkan perekonomian halal. Adanya insentif ini diharapkan dapat memudahkan pelaku UMKM dan menjadi motivasi agar semakin berkomitmen dalam menerapkan rantai pasok halal. Zulfakar et al., (2014) menyatakan bahwa komitmen halal merupakan salah satu faktor yang dapat meningkatkan integritas kehalalan produk. Oleh karena itu, dapat diketahui semakin besar komitmen halal oleh pelaku UMKM maka akan semakin baik penerapan rantai pasok halal yang terjadi dalam usahanya.

Oleh karena itu, penulis penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana pengaruh parsial dari tekanan sosial, insentif ekonomi halal, komitmen halal, terhadap kinerja rantai pasok halal melalui mekanisme rantai pasok halal.

TELAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Telaah Pustaka

Kinerja Rantai Pasok Halal

Menurut Omar & Jaafar (2011) dalam Rasi et al., (2017) menerangkan bahwa *Halal Supply Chain Management* ialah proses halal dari pemasok hingga kepada konsumen. Zainuddin et al., (2019) menyatakan bahwa objek utama dalam pengukuran kinerja rantai pasok halal yaitu pada jaminan integritas halal.

Manajemen Hubungan Rantai Pasok

Hubungan dalam rantai pasok dapat berupa hubungan kolaborasi, baik kolaborasi vertikal maupun kolaborasi horizontal (Barrat, 2004 dalam Ab Thalib, 2015). Zeng et al., (2016) juga menerangkan bahwa aktivitas SCRM juga termasuk pada pemilihan pemasok, progress teknikal, mempertemukan ekspektasi konsumen melalui kerjasama, dan aspek manajemen yang lain.

Desain Rantai Pasok Halal

Rasi et al (2017) mengemukakan kerangka konseptual HSCM terdiri dari 4 kegiatan utama yaitu pengadaan halal, manufaktur halal, distribusi halal, dan logistik halal. Ketentuan lebih rinci dijelaskan berdasarkan Wan Omar (2017) dalam disertasinya merumuskan 9 dimensi yang signifikan dapat menggambarkan Halal Supply Chain Management dalam suatu perusahaan, *diantaranya cleanliness, safety, physical segregation, training & personel, storage & transport, packaging & labeling, innovative capability, resource availability, dan ethical practices.*

Teori Perilaku Terencana

Teori perilaku terencana ini digunakan untuk memprediksi perilaku individu yang ditentukan oleh tiga faktor yaitu sikap, norma subjektif, dan persepsi pengendalian perilaku. Singh et al., (2018) menjelaskan bahwa faktor sikap merupakan emosi psikologis dengan evaluasi positif atau negatif pada perilaku individu. Faktor norma subjektif merupakan persepsi akan melakukan atau tidak melakukan perilaku karena tekanan dari luar atau

tekanan sosial. Faktor persepsi pengendalian perilaku merupakan persepsi kemudahan atau kesulitan yang akan dihadapi dalam melakukan perilaku. Umumnya semakin baik faktor sikap dan norma subjektif terhadap suatu perilaku, serta semakin besar persepsi pengendalian perilaku, maka akan membuat niat seseorang dalam melakukan perilaku menjadi semakin kuat.

Tekanan Sosial

Tekanan sosial merupakan tekanan yang berasal dari eksternal perusahaan yang dapat mempengaruhi perusahaan. Singh et al., (2018) menyatakan tekanan sosial dapat berupa tekanan pasar, regulasi pemerintah, tekanan pelanggan, dan lembaga keuangan.

Insentif Ekonomi Halal

Insentif ekonomi halal merupakan *reward* atau tambahan balas jasa yang diberikan kepada *stakeholders* dalam rangka meningkatkan perekonomian halal. Insentif bisnis halal atau yang dapat disebut insentif ekonomi halal merupakan salah satu bentuk dukungan pemerintah dalam membantu dan mempromosikan industri halal (Ab Talib et al., 2015)

Komitmen Halal

Handoko (2008) menjelaskan bahwa komitmen ialah suatu bentuk motivasi dari individu maupun organisasi untuk menjaga dan memperpanjang suatu hubungan. Oleh karena itu dapat diketahui bahwa komitmen halal merupakan suatu bentuk motivasi untuk menjaga kehalalan produknya. Zulfakar et al., (2014) menyatakan bahwa komitmen halal merupakan salah satu langkah untuk membantu meningkatkan integritas rantai pasok makanan halal.

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh Tekanan Sosial terhadap Insentif Ekonomi Halal, Komitmen Halal, dan Mekanisme Rantai Pasok Halal

Pesatnya perkembangan industri halal menjadikan Indonesia sebagai pangsa pasar potensial karena penduduknya yang mayoritas muslim. Meningkatnya kesadaran halal oleh konsumen Muslim dan Non-Muslim juga menyebabkan tingginya minat pada produk halal (Cholifihani, 2018). Adanya permintaan pasar halal yang besar menjadikan persaingan dalam industri halal juga semakin kompetitif. Selain itu, adanya regulasi pemerintah, serta peran lembaga keuangan dalam menyalurkan pembiayaan juga menunjukkan tekanan sosial yang terjadi di industri halal.

Loukis et al., (2011) yang menyebutkan bahwa kurangnya insentif dari pemerintah akan menyebabkan hambatan bagi perusahaan dalam melakukan perubahan. Padahal, dengan pesatnya perkembangan industri halal, para pelaku usaha harus segera melakukan perubahan dan menyesuaikan diri untuk dapat bertahan dalam industri halal. Hal ini menunjukkan semakin besar tekanan sosial yang ada maka proporsi insentif bagi perusahaan juga sebaiknya lebih besar. Adanya insentif yang sesuai akan memotivasi dan memudahkan pelaku usaha dalam beradaptasi dengan perkembangan industri halal.

H1: Tekanan Sosial berpengaruh positif terhadap Insentif Ekonomi Halal

H2: Tekanan Sosial berpengaruh positif terhadap Komitmen Halal

Selain itu, adanya tekanan sosial pada industri halal menjadikan produsen lebih sadar akan pentingnya sertifikasi halal produk karena menggambarkan jaminan produk sesuai dengan standar halal (Gillani et al., 2016). Samori et al., (2016) juga menyatakan bahwa konsumen Muslim dan Non-Muslim lebih memilih produk dengan sertifikat halal karena kualitas produk halal tersebut. Dengan demikian, adanya tekanan sosial ini dapat menjadi tantangan maupun motivasi bagi pelaku usaha untuk berkomitmen menghasilkan produk yang tersertifikasi halal

Oleh sebab itu, adanya tekanan sosial dapat menjadi motivasi pelaku usaha untuk menerapkan rantai pasok halal melalui mekanismenya yaitu dengan desain rantai pasok halal yang tepat dan manajemen hubungan rantai pasok yang saling percaya dan berkomitmen menjaga integritas halal produk.

H3: Tekanan Sosial berpengaruh positif terhadap Manajemen Hubungan Rantai Pasok

H4: Tekanan Sosial berpengaruh positif terhadap Desain Rantai Pasok Halal

Pengaruh Insentif Ekonomi Halal terhadap Komitmen Halal dan Mekanisme Rantai Pasok Halal

Kepercayaan dan komitmen memiliki hubungan yang saling berkaitan (Zulfakar et al., 2014). Oleh karena itu untuk menumbuhkan komitmen, terlebih dahulu harus membangun rasa percaya antar pemangku kepentingan. Adanya insentif ekonomi halal ini diharapkan dapat memotivasi pelaku usaha dan menumbuhkan kepercayaan terhadap pemerintah dalam rangka penguatan rantai nilai sesuai Masterplan Ekonomi Syariah, sehingga pelaku usahakan tergerak untuk berkomitmen dalam menjaga integritas kehalalan produknya.

H5 : Insentif Ekonomi Halal berpengaruh positif terhadap Komitmen Halal

Ab Talib et al., (2015) menyatakan dalam studinya bahwa insentif bisnis halal/insentif ekonomi halal merupakan salah satu dukungan pemerintah. Selain itu, Zailani et al., (2015) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa dukungan pemerintah berpengaruh positif dan signifikan terhadap adopsi sistem halal. Ngah et al., (2014) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa dukungan pemerintah tidak signifikan dalam mempengaruhi sistem transportasi halal. Giyanti dan Indrasari (2019) juga menyatakan dalam penelitiannya bahwa dorongan eksternal (termasuk didalamnya dorongan pemerintah) memiliki koefisien yang positif namun tidak signifikan terhadap implementasi manajemen rantai pasok halal sehingga dapat diketahui bahwa meskipun positif namun tidak didukung oleh hasil statistik yang sesuai.

H6 : Insentif Ekonomi Halal berpengaruh secara positif terhadap Manajemen Hubungan Rantai Pasok (SCRM)

H7 : Insentif Ekonomi Halal berpengaruh secara positif terhadap Desain Rantai Pasok Halal (HSCD)

Pengaruh Komitmen Halal terhadap Mekanisme Rantai Pasok Halal

Zulfakar et al., (2014) menyatakan bahwa komitmen halal merupakan salah satu faktor penentu yang dapat meningkatkan integritas rantai pasok halal. Wetzels (1998) dalam Handoko (2008) dalam Mukhsin (2017) menyatakan bahwa semakin kuat komitmen yang berasal dari kepuasan dan kepercayaan maka akan semakin baik

pula kualitas suatu hubungan dalam rantai pasok. Oleh karena itu, dirumuskan hipotesis bahwa semakin besar komitmen halal pelaku usaha dalam menjaga integritas halal produk maka akan semakin baik pula implementasi desain rantai pasok halal dan manajemen hubungan rantai pasok antar *stakeholders*.

H8 : Komitmen Halal berpengaruh secara positif terhadap Manajemen Hubungan Rantai Pasok (SCRM)

H9 : Komitmen Halal berpengaruh secara positif terhadap Desain Rantai Pasok Halal (HSCD)

Pengaruh Mekanisme Rantai Pasok Halal terhadap Kinerja Rantai Pasok Halal

Dalam konteks halal, Omar (2017) dalam riset disertasinya menyatakan bahwa implementasi rantai pasok halal secara signifikan berpengaruh positif terhadap kinerja organisasi yang meliputi kinerja pemasaran dan kinerja keuangan perusahaan. Manajemen hubungan rantai pasok (SCRM) dan desain rantai pasok halal (HSCD) merupakan bagian-bagian/mechanisme dari rantai pasokan halal, sehingga ketika menerapkan manajemen hubungan rantai pasok (SCRM) dan desain rantai pasok halal (HSCD) maka kinerja dari rantai pasok akan meningkat.

H10 : Manajemen Hubungan Rantai Pasok (SCRM) berpengaruh positif terhadap Kinerja Rantai Pasok Halal

H11 : Desain Rantai Pasok Halal (HSCD) berpengaruh positif terhadap Kinerja Rantai Pasok Halal

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang menggunakan metode survey dengan pengedaran kuisioner sebagai instrumen pengumpulan data. Populasi penelitian ini yaitu UMKM di Banyumas. Sedangkan, sampel dalam penelitian ini yaitu produk makanan halal dari UMKM di Banyumas yang telah memiliki sertifikasi halal atau telah terdaftar dalam sertifikasi halal tahun 2021, sejumlah 96 produk makanan halal dari 78 UMKM Makanan di Banyumas. Analisis data dilakukan dengan metode Structural Equations Modelling-Partial Least Square (SEM-PLS). Analisis model PLS ini dilakukan dengan menganalisis model pengukuran (*Outer Model Test*) dan model struktural (*Inner Model Test*). Analisis model pengukuran dilakukan dengan uji validitas konvergen yang dilihat dari nilai *outer loadings* dan *average variance extracted* (AVE), uji validitas diskriminan yang dilihat dari perbandingan nilai *cross loadings* indikator terhadap konstraknya, serta uji reliabilitas yang dilihat dari nilai reliabilitas *composite* dan *cronbach's alpha*. Adapun analisis model struktural dilakukan dengan melihat koefisien determinasi, *predictive relevance*, dan model fit. Sedangkan uji hipotesis dilakukan dengan melihat nilai koefisien jalur, membandingkan nilai t hitung dan t tabel, serta melihat nilai p dengan tingkat signifikansi 0,10.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Model Pengukuran

Sebelum dilakukan olah data menggunakan data sampel, terlebih dahulu dilakukan uji coba kuisioner untuk menganalisis uji validitas dan reliabilitas dari kuisioner tersebut. Uji coba kuisioner ini dilakukan terhadap 42 responden mahasiswa/alumni yang berjualan

online maupun offline. Hasil dari analisis uji coba kuisisioner menunjukkan bahwa agar memenuhi uji validitas dan reliabilitas sesuai kriteria yang telah ditentukan, terdapat dua indikator yang perlu dipindah ke variabel konstruk lain. Indikator tersebut yaitu HSCD05 dan HSCD08. Adapun, pernyataan kuisisioner yang valid dan reliabel dapat dilihat pada tabel 1. Untuk memastikan kembali validitas dan reliabilitas kuisisioner, kemudian dilakukan uji validitas dan reliabilitas menggunakan sampel data responden penelitian yang sebenarnya. Hasilnya sesuai dan memenuhi kriteria yang digunakan dalam uji validitas dan reliabilitas instrumen.

Tabel 1. Variabel dan Indikator Pengukuran setelah Uji Validitas & Reliabilitas

| Variabel | Kode | Indikator Pengukuran |
|--|----------------|---|
| Tekanan Sosial (TS) | TS01 | UU No 33 Tahun 2014 tentang Sistem Jaminan Halal mendorong UMKM untuk mendaftarkan sertifikasi halal pada produk usahanya |
| | TS02 | Permintaan produk halal saat ini semakin meningkat |
| | TS03 | Konsumen lebih menyukai produk yang halal/memiliki sertifikasi halal |
| | TS04 | Lembaga keuangan mempertimbangkan kriteria halal dari produk UKM dalam menyalurkan pembiayaan |
| Insentif Ekonomi Halal (IEH) | IEH01 | Pemerintah menyediakan subsidi (bantuan pemerintah) dan keringanan pajak bagi UMKM yang menerapkan prinsip halal dalam usahanya |
| | IEH02 | Program bantuan sertifikasi halal gratis dari pemerintah memudahkan UMKM mengurus sertifikasi halal |
| | IEH03 | Pelatihan Sistem Jaminan Halal bermanfaat bagi UMKM untuk melakukan sertifikasi halal |
| Komitmen Halal (KH) | KH01 | Kami bersedia menggunakan bahan baku halal |
| | KH02 | Kami bersedia mengikuti pelatihan Sistem Jaminan Halal |
| | KH03 | Kami sadar bahwa produk dan proses produksi sesuai prinsip halal itu penting |
| Manajemen Hubungan Rantai Pasok (SCRM) | SCRM01 | Kami menyeleksi pemasok bahan baku kami berdasarkan standar halal |
| | SCRM02 | Adanya transparansi dan pembagian informasi terkait status kehalalan produk dalam rantai pasok kami |
| | SCRM03 | Pihak dalam rantai pasok kami saling percaya untuk menyediakan produk yang halal |
| | SCRM04 | Kami bekerjasama dengan pemasok untuk menyediakan produk yang halal |
| | SCRM05-HSCD05a | Kami menyediakan ruang penyimpanan khusus untuk usaha |
| | SCRM06-HSCD05b | Kami menyediakan transportasi khusus usaha untuk efektivitas rantai pasok kami |
| Desain Rantai Pasok Halal (HSCD) | HSCD01 | Kebersihan di setiap proses produksi terjamin |
| | HSCD02 | Produk kami aman dikonsumsi dan tidak berbahaya bagi kesehatan |
| | HSCD03 | Kami memisahkan antara bahan yang halal dan yang haram |
| | HSCD04 | Karyawan mendapat pelatihan produksi sesuai dengan standar halal |
| | HSCD06a | Kemasan produk kami menyantumkan logo sertifikasi halal |
| | HSCD06b | Kemasan produk kami menyantumkan informasi produk yang akurat dan jujur |
| | HSCD07 | Bahan baku yang digunakan halal |
| Kinerja Rantai Pasok | KRPH01 | Penerapan rantai pasok dengan standar halal meningkatkan kepuasan pelanggan |
| | KRPH02 | Penerapan rantai pasok dengan standar halal meningkatkan penjualan |

| | | |
|--------------|-------------------|--|
| Halal (KRPH) | KRPH03 | Penerapan rantai pasok dengan standar halal meningkatkan kepercayaan pelanggan |
| | KRPH04 | Rantai pasok kami dapat memenuhi pesanan pelanggan tepat waktu |
| | KRPH05- HSCD08 | Transaksi dan pembiayaan yang digunakan sesuai dengan prinsip Islam |

Analisis Model Struktural Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R-Square) digunakan untuk mengetahui seberapa besar variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel eksogennya. Berikut nilai R-Square pada output SmartPLS:

Tabel 2. Koefisien Determinasi (R²)

| Variabel | R-Square |
|----------|----------|
| IEH | 0,253 |
| KH | 0,386 |
| HSCD | 0,694 |
| SCRM | 0,622 |
| KRPH | 0,708 |

Sumber: Olah data dengan SmartPLS 3, 2022

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa nilai R-Square variabel insentif ekonomi halal (IEH) yaitu 0,253. Hal ini menggambarkan besarnya pengaruh variabel insentif ekonomi halal (IEH) dapat dijelaskan oleh variabel tekanan sosial (TS) sebesar 25,3% dan sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak terdapat pada penelitian ini. Nilai R-Square pada variabel komitmen halal (KH) yaitu 0,386 yang berarti variabel komitmen halal (KH) dapat dijelaskan oleh variabel insentif ekonomi halal dan tekanan sosial sebesar 38,6%, dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Adapun nilai R-Square variabel halal supply chain design (HSCD) ialah 0,694. Hal ini menunjukkan bahwa variabel halal supply chain design (HSCD) dapat dijelaskan oleh variabel tekanan sosial, insentif ekonomi halal, dan komitmen halal sebesar 69,4%. Sedangkan sisanya dipengaruhi variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini. Pada tabel diatas juga dijelaskan nilai R-Square pada variabel supply chain relationship management yaitu sebesar 0,622. Nilai tersebut menggambarkan bahwa variabel supply chain relationship management dapat dijelaskan oleh variabel tekanan sosial, insentif ekonomi halal, dan komitmen halal sebesar 62,2%. Sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Disamping itu, dijelaskan bahwa nilai R-Square pada variabel dependen kinerja rantai pasok halal (KRPH) ialah 0,708. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kinerja rantai pasok halal (KRPH) dapat dijelaskan oleh variabel halal supply chain design (HSCD) dan supply chain relationship management (SCRM) sebesar 70,8% dan selebihnya dijelaskan variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Predictive Relevance

Uji predictive relevance (Q²) digunakan untuk mengukur nilai observasi modelstruktur yang dapat dihasilkan model, serta besarnya nilai estimasi parameternya. Berikut nilai Q² pada output cross-validated redundancy dengan proses blindfolding SmartPLS:

Tabel 3. Cross-Validated Redundancy (Q-Square)

| Variabel | SSO | SSE | Q ² (1-(SSE/SSO)) |
|----------|---------|---------|------------------------------|
| TS | 384,000 | 384,000 | |

| | | | |
|------|---------|---------|-------|
| IEH | 288,000 | 246,957 | 0,143 |
| KH | 288,000 | 226,511 | 0,214 |
| HSCD | 672,000 | 424,952 | 0,368 |
| SCRM | 576,000 | 391,881 | 0,320 |
| KRPB | 480,000 | 260,089 | 0,458 |

Sumber: Olah data dengan SmartPLS 3, 2022

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa seluruh variabel dependen memiliki nilai Q-Square lebih dari 0. Oleh karena itu, dapat diketahui bahwa semua variabel dalam penelitian ini memiliki *predictive relevance* yang akurat, dan relevan dipengaruhi oleh variabel eksogenya.

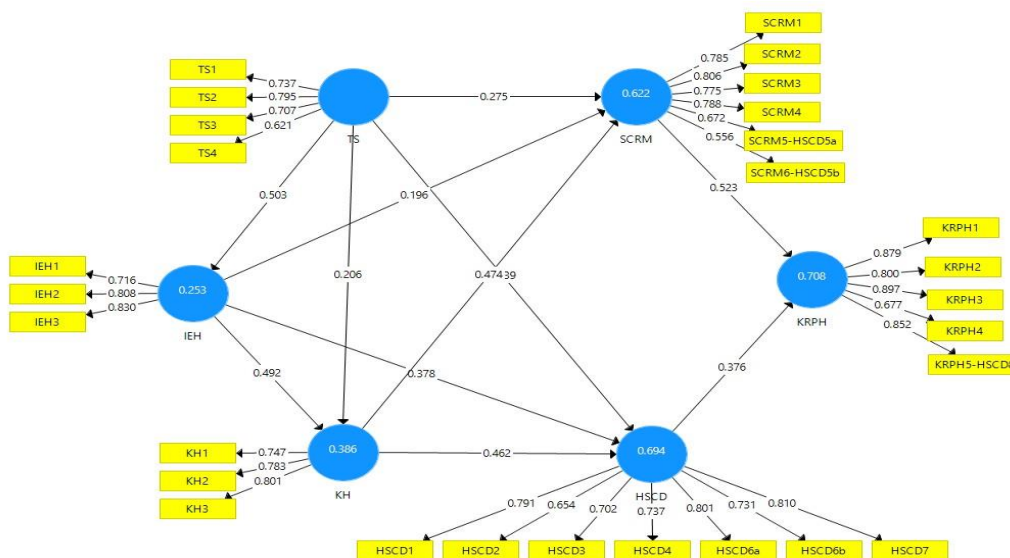
Model Fit

Uji model fit diperlukan untuk mengetahui kesesuaian model dengan data yang ada. Berikut merupakan nilai NFI pada model penelitian ini.

Tabel 4. Model Fit

| | <i>Saturated Model</i> | <i>Estimated Model</i> |
|-----|------------------------|------------------------|
| NFI | 0,548 | 0,544 |

Berdasarkan tabel diatas, diketahui nilai Estimated Model yaitu 0,544 yang menandakan bahwa model struktural ini telah bagus dan memiliki data yang fit sebesar 54,4%. Berikut ini merupakan hasil akhir model struktural yang fit.



Gambar 1. Model Struktural Fit

Uji Hipotesis

Berikut merupakan hasil analisis uji hipotesis yang dijelaskan pada tabel 5. Adapun kriteria yang digunakan yaitu dengan tingkat keyakinan sebesar 90%, maka p- value < 0,10 dan t-statistics tabel > 1,29.

Tabel 5. Hasil Analisis Uji Hipotesis

| No | Hipotesis | Original Sample | Arah Pengaruh | T-Statistics | Analisis t-statistics | | P-Value | Analisis p-value | | Kesimpulan Hipotesis |
|----|--------------|-----------------|---------------|--------------|-----------------------|------------|---------|------------------|-------|----------------------|
| | | | | | 10% (>1,29) | 5% (>1,65) | | <0,10 | <0,05 | |
| 1 | TS -> IEH | 0,503 | Positif | 5,570 | √ | √ | 0,000 | √ | √ | Diterima |
| 2 | TS -> KH | 0,206 | Positif | 1,848 | √ | √ | 0,033 | √ | √ | Diterima |
| 3 | TS -> SCRM | 0,275 | Positif | 3,403 | √ | √ | 0,000 | √ | √ | Diterima |
| 4 | TS -> HSCD | 0,139 | Positif | 1,936 | √ | √ | 0,027 | √ | √ | Diterima |
| 5 | IEH -> KH | 0,492 | Positif | 4,165 | √ | √ | 0,000 | √ | √ | Diterima |
| 6 | IEH -> SCRM | 0,196 | Positif | 1,827 | √ | √ | 0,034 | √ | √ | Diterima |
| 7 | IEH -> HSCD | 0,378 | Positif | 4,321 | √ | √ | 0,000 | √ | √ | Diterima |
| 8 | KH -> SCRM | 0,474 | Positif | 4,661 | √ | √ | 0,000 | √ | √ | Diterima |
| 9 | KH -> HSCD | 0,462 | Positif | 4,994 | √ | √ | 0,000 | √ | √ | Diterima |
| 10 | SCRM -> KRPH | 0,523 | Positif | 4,452 | √ | √ | 0,000 | √ | √ | Diterima |
| 11 | HSCD -> KRPH | 0,376 | Positif | 2,999 | √ | √ | 0,001 | √ | √ | Diterima |

Pembahasan

Pengaruh Tekanan Sosial terhadap Insentif Ekonomi Halal

Tekanan sosial berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap insentif ekonomi halal, serta tetap signifikan apabila menggunakan toleransi tingkat error sebesar 5% maupun 10%. Artinya semakin besar tekanan sosial yang ada maka semakin besar pula insentif ekonomi halal yang harus diberikan.

Penemuan ini juga didukung dengan fakta bahwa pemerintah semakin gencar dalam mensosialisasikan pentingnya sertifikasi halal dan banyaknya program sertifikasi halal gratis. Kemenperin (2021) juga menyatakan bahwa pemerintah sedang mempertimbangkan rancangan insentif bagi pelaku usaha di industri halal yang berorientasi ekspor serta pelaku usaha yang memproduksi barang substitusi impor. Hal tersebut menjelaskan bahwa pemerintah sadar bahwa semakin berkembangnya industri halal dan permintaan produk halal diberbagai sektor juga harus diiringi dengan insentif ekonomi halal yang banyak, sehingga dapat mendukung dan memotivasi pelaku usaha di industri halal ini.

Pengaruh Tekanan Sosial terhadap Komitmen Halal

Tekanan sosial berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap komitmen halal, serta tetap signifikan apabila menerapkan toleransi tingkat eror sebesar 5% dan 10%. Artinya semakin besar tekanan sosial yang ada maka semakin besar pula komitmen halal yang dibutuhkan.

Meskipun pada kenyataannya berbeda konteks dengan penelitian yang dilakukan oleh Centobelli et al., (2021) mengenai lingkungan, namun penelitian ini memiliki hasil yang sejalan dengan penelitian tersebut yaitu bahwasanya tekanan sosial berpengaruh positif terhadap komitmen yang dibutuhkan dalam menerapkan rantai pasok.

Pengaruh Tekanan Sosial terhadap Manajemen Hubungan Rantai Pasok (SCRM)

Tekanan sosial berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap manajemen rantai pasok halal, serta tetap signifikan apabila menerapkan toleransi tingkat eror sebesar 5% dan 10%. Artinya semakin besar tekanan sosial yang ada maka semakin baik pula manajemen hubungan rantai pasok yang dibutuhkan.

Meskipun pada kenyataannya berbeda konteks dengan penelitian yang dilakukan oleh

Centobelli et al., (2021) mengenai lingkungan, namun penelitian ini memiliki hasil yang sejalan dengan penelitian tersebut yaitu bahwasanya tekanan sosial berpengaruh positif terhadap manajemen hubungan rantai pasok.

Pengaruh Tekanan Sosial terhadap Desain Rantai Pasok Halal (HSCD)

Tekanan sosial berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap desain rantai pasok halal, serta tetap signifikan apabila menerapkan toleransi tingkat eror sebesar 5% dan 10%. Artinya semakin besar tekanan sosial yang ada maka semakin bagus pula desain rantai pasok halal yang diperlukan.

Penelitian ini juga didukung oleh penelitian Giyanti & Indrasari (2019) yang menyatakan bahwa tekanan eksternal yang terdiri dari dorongan konsumen, kompetitor, dan pemerintah berpengaruh positif terhadap nilai implementasi sertifikat halal meskipun tidak signifikan dengan hasil statistik.

Pengaruh Insentif Ekonomi Halal terhadap Komitmen Halal

Insentif ekonomi halal berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap komitmen halal, serta tetap signifikan apabila menerapkan toleransi tingkat eror sebesar 5% dan 10%. Artinya semakin besar insentif ekonomi halal yang diberikan maka semakin besar pula komitmen halal dari para pelaku usaha.

Ik Wan & Taewon (2005) dalam Zulfakar et al., (2014) menyatakan bahwa semakin tinggi kepercayaan, semakin tinggi pula kemauan para pihak untuk berkomitmen dalam suatu permasalahan tertentu. Oleh karena itu, dapat diketahui bahwa semakin besar kepercayaan para pelaku usaha terhadap pemerintah dalam mewujudkan pilar-pilar dalam MEKSI 2019 yang telah dicanangkan (yang mana salah satunya yaitu untuk memelihara rantai nilai halal pada produk UMKM), maka akan semakin besar komitmen dari para pelaku usaha dalam memelihara rantai nilai halal pada produknya. Adapun untuk meningkatkan kepercayaan pelaku usaha terhadap pemerintah selain dengan undang-undang, ialah dengan memberikan berbagai dukungan pemerintah, salah satunya berupa insentif ekonomi halal.

Pengaruh Insentif Ekonomi Halal terhadap Manajemen Hubungan Rantai Pasok Halal (SCRM)

Insentif ekonomi halal berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap manajemen hubungan rantai pasok, serta tetap signifikan apabila menerapkan toleransi tingkat eror sebesar 5% dan 10%. Artinya semakin besar insentif ekonomi halal yang diberikan maka semakin baik pula manajemen hubungan rantai pasok yang terjadi.

Mukhsin (2017) dalam penelitiannya juga menerangkan bahwa Makara (2015) menemukan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja rantai pasok. Selain itu, Mamad & Chahdi (2013) dalam Mukhsin (2017) menyatakan bahwa kepercayaan adalah faktor utama dalam kolaborasi anggota rantai pasok. Disisi lain, adanya insentif ekonomi halal dapat menjadi salah satu upaya untuk meningkatkan kepercayaan pelaku usaha terhadap komitmen pemerintah dalam mewujudkan pilar-pilar MEKSI 2019, yang salah satunya yaitu untuk memelihara rantai nilai halal produk yang beredar. Adanya insentif ekonomi halal dapat menjadi upaya untuk menumbuhkan kepercayaan, yang mana kepercayaan tersebut merupakan faktor utama dalam kolaborasi rantai pasok dan signifikan mempengaruhi kinerja rantai pasok.

Pengaruh Insentif Ekonomi Halal terhadap Desain Rantai Pasok Halal (HSCD)

Insentif ekonomi halal berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap desain rantai pasok halal, serta tetap signifikan apabila menerapkan toleransi tingkat eror sebesar 5% dan 10%. Artinya semakin besar insentif ekonomi halal yang diberikan maka semakin baik pula desain rantai pasok halal yang terjadi.

Loukis et al., (2011) dalam Ngah et al., (2014) menyebutkan bahwa kurangnya insentif dari pemerintah akan menghambat perusahaan untuk melakukan perubahan. Oleh karena itu, adanya insentif yang cukup dapat memotivasi perusahaan untuk melakukan perubahan termasuk dengan menerapkan desain rantai pasok yang sesuai dengan standar halal. Zailani et al., (2015) sesuai hasil penelitiannya menyatakan bahwa dukungan pemerintah berpengaruh terhadap strategi orientasi halal. Adapun bentuk dukungan pemerintah salah satunya yaitu insentif yang mendukung (David, 2003; Tieman, 2007; dalam Zailani et al., 2015).

Pengaruh Komitmen Halal terhadap Manajemen Hubungan Rantai Pasok Halal (SCRM)

Komitmen halal berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap manajemen hubungan rantai pasok, serta tetap signifikan apabila menerapkan toleransi tingkat eror sebesar 5% dan 10%. Artinya semakin besar komitmen halal dari para pelaku usaha dan *stakeholders* lain maka semakin baik pula manajemen hubungan rantai pasok yang akan terjadi.

Hasil ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan Wetzels (1998) dalam Handoko (2008) dalam Mukhsin (2017) yang menyatakan bahwa semakin kuat komitmen yang berasal dari kepuasan dan kepercayaan maka akan semakin baik pula kualitas suatu hubungan dalam rantai pasok seperti dalam pemasok dan penyalur. Makara (2015) dalam Mukhsin (2017) pada penelitiannya mendapatkan hasil bahwa kepercayaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja rantai pasokan. Kepercayaan juga merupakan faktor utama dalam kolaborasi anggota rantai pasok (Mamad & Chahdi, 2013 dalam Mukhsin, 2017). Zulfakar et al., (2014) menyatakan bahwa kepercayaan dan komitmen memiliki kaitan yang erat, dandidukung oleh Ik Wan & Taewon (2005) menyatakan bahwa semakin tinggi kepercayaan, semakin tinggi pula kemauan para pihak untuk berkomitmen dalam suatu permasalahan tertentu. Oleh karena itu, dapat diketahui bahwa dalam upaya untuk menjaga integritas halal, adanya kepercayaan akan menumbuhkan komitmen diantara anggota rantai pasok dan berpengaruh terhadap hubungan kolaborasi dari anggota rantai pasok tersebut.

Pengaruh Komitmen Halal terhadap Desain Rantai Pasok Halal (HSCD)

Komitmen halal berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap desain rantai pasok halal, serta tetap signifikan apabila menerapkan toleransi tingkat eror sebesar 5% dan 10%. Artinya semakin besar komitmen yang diberikan maka akan semakin baik pula penerapan desain rantai pasok halal yang dapat dijalankan. Zulfakar et al., (2014) juga menyatakan bahwa komitmen halal merupakan salah satu langkah untuk membantu meningkatkan integritas rantai pasok makanan halal.

Sedangkan adanya desain rantai pasok halal bertujuan untuk memelihara/menjaga integritas kehalalan produk. Sehingga dapat dipahami bahwa adanya komitmen halal akan mempengaruhi implementasi desain rantai pasok halal yang kemudian juga akan mempengaruhi tingkat integritas kehalalan produk tersebut.

Pengaruh Manajemen Hubungan Rantai Pasok (SCRM) terhadap Kinerja Rantai Pasok Halal

Manajemen hubungan rantai pasok berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja rantai pasok halal, serta tetap signifikan apabila menerapkan toleransi tingkat eror sebesar 5% dan 10%. Artinya semakin baik implementasi manajemen hubungan rantai pasok yang terjadi maka akan semakin baik pula kinerja rantai pasok halal.

Talib et al., (2015) dalam studi literturnya mengemukakan bahwa salah satu faktor penentu keberhasilan dalam rantai pasok halal yaitu adanya hubungan kolaborasi yang baik antar *stakeholders* untuk meminimalisir resiko adanya kontaminasi silang ketika perpindahan barang dilakukan.

Pengaruh Desain Rantai Pasok Halal (HSCD) terhadap Kinerja Rantai Pasok Halal

Desain rantai pasok halal berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja rantai pasok halal, serta tetap signifikan apabila menerapkan toleransi tingkat eror sebesar 5% dan 10%. Artinya semakin baik desain rantai pasok halal yang diterapkan maka akan semakin baik pula kinerja rantai pasok halal yang dicapai. Omar (2017) dalam disertasinya, yang menemukan bahwa implementasi halal *supply chain management* berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan dan kinerja pemasaran perusahaan.

Zainuddin et al., (2019) dalam penelitiannya menyatakan bahwa sertifikat halal dan proses *labeling* memiliki pengaruh positif terhadap kinerja rantai pasok halal. Adanya sertifikat halal dan proses *labeling* merupakan salah satu dari desain rantai pasok halal, oleh karena itu apabila sertifikat halal dan proses *labeling* yang merupakan bagian dari desain rantai pasok halal ditingkatkan/dilaksanakan dengan baik maka akan dapat meningkatkan kinerja rantai pasok halal.

KESIMPULAN

a. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi hubungan parsial antara tekanan sosial, insentif ekonomi halal, komitmen halal, manajemen hubungan rantai pasok, desain rantai pasok halal terhadap kinerja rantai pasok halal. Adapun hasil yang diperoleh yaitu semua hipotesis dalam penelitian ini diterima, dan signifikan pada tingkat eror 5% dan 10%. Berdasarkan nilai koefisien determinasi pada penelitian ini, maka dapat diketahui bahwa variabel tekanan sosial hanya mempengaruhi variabel insentif ekonomi halal sebesar 25,3%; variabel tekanan sosial dan insentif ekonomi halal mempengaruhi variabel komitmen halal sebesar 38,6%; sedangkan variabel tekanan sosial, insentif ekonomi halal, dan komitmen halal hanya mempengaruhi variabel manajemen hubungan rantai pasok sebesar 62,2% dan mempengaruhi desain rantai pasok halal sebesar 69,4%; serta variabel manajemen hubungan rantai pasok dan desain rantai pasok halal hanya mempengaruhi kinerja rantai pasok sebesar 70,8% dan sisanya dipengaruhi variabel lain diluar penelitian ini.

b. Implikasi

Berdasarkan simpulan diatas maka implikasi yang dapat diberikan yaitu dengan seiring berkembangnya industri halal, pemerintah diharapkan dapat memberikan insentif ekonomi yang lebih besar untuk mendukung para pelaku UMKM di Industri halal. Dengan demikian pelaku usaha akan lebih termotivasi dan bersemangat dalam berkomitmen untuk menerapkan rantai pasok halal yang baik sehingga tercapai peningkatan kinerja rantai pasok halal yang pada akhirnya dapat meningkatkan kesejahteraan pelaku usaha itu sendiri. Berdasarkan jawaban responden bentuk insentif yang diharapkan diantaranya yaitu kemudahan syarat dan prosedur serta

keringanan biaya dalam pembuatan sertifikat halal, bantuan modal dan pendampingan pelaku usaha yang lebih intensif, serta adanya sosialisasi dan penyuluhan langsung yang lebih intensif dan merata di setiap desa/daerah. Pemerintah juga dapat menambah jumlah pendamping dan penyuluh produk halal UMKM agar pendampingan lebih intensif karena tiap pendamping tidak mendampingi terlalu banyak UMKM. Disamping itu, para pelaku usaha juga diharapkan lebih memahami dan konsisten dalam berkomitmen menerapkan prinsip halal dalam usahanya baik dari pengadaan bahan baku, produksi, distribusi, maupun transaksi yang digunakan harus bebas dari riba. Hal ini karena selain mendatangkan keberkahan, produk halal juga lebih disukai dan dipercaya oleh konsumen sehingga menambah nilai *branding* untuk produk tersebut. Selain itu, para pelaku usaha juga diharapkan telah merencanakan/menyiapkan bahan alternatif yang halal untuk mengantisipasi adanya kelangkaan atau kenaikan harga bahan baku. Pelaksanaan proses audit sertifikasi halal juga diharapkan mencakup seleksi bahan alternatif halal sebagai cadangan bahan baku yang akan digunakan ketika terjadi kelangkaan bahan.

c. Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan dalam penelitian ini ialah indikator-indikator pada beberapa variabel memiliki jumlah yang sedikit, dimana jumlah indikator variabel tekanan sosial hanya 4 buah, insentif ekonomi halal dan komitmen masing-masing 3 buah indikator, kinerja rantai pasok halal dengan 5 indikator. Pada penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah jumlah indikator pada variabel tekanan sosial, insentif ekonomi halal, komitmen halal, dan kinerja rantai pasok halal. selain itu, variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini termasuk variabel yang masih jarang diteliti, sehingga masih referensi dan rujukan yang digunakan masih kurang.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, Icek. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes* 50(2). 179-211. Tersedia dari [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Aziz, F., Setyorini, R., & Hasanah, Y. N. (2021). Analisis Halal Supply Chain pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Makanan di Kota Bandung. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(01), 293-301. Tersedia dari <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v7i1.1936>
- Bahrudin, S.S.M., Illyas, M.I. & Desa, M.I. (2011). Tracking and Tracing Technology for Halal Product Integrity over The Supply Chain. *Proceeding of the 2011 International Conference on Electrical Engineering and Informatics*. Tersedia dari <http://dx.doi.org/10.1109/ICEEI.2011.6021678>
- Centobelli, Piera., Cerchione, Roberto., Esposito, Emilio., Passaro, Renato., Shashi. (2021). Determinants of The Transition Towards Circular Economy in SMEs: A Sustainable Supply Chain Management Perspective. *International Journal of Production Economics*. Vol 242. Diakses dari <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2021.108297>
- Dinar Standard. (2020). State Of The Global Islamic Economy Report 2019/2020. Diakses tanggal 17 Oktober 2020, dari <https://www.SalaamGateway.com/SGIE19-20>
- Gillani, S. H., Ijaz, F., & Khan, M. M. (2016). Role of Islamic Financial Institutions in Promotion of Pakistan Halal Food Industry. *Islamic Banking and Finance Review*. 3 (1), 29-49
- Gu, Minhao., Yang, Lu., Huo, Baofeng. (2021). The Impact of Information Technology Usage on Supply Chain Resilience and Performance: An Ambidexterous View. *International Journal of Productions Economics*. Vol 232. Tersedia dari <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2020.107956>
- Handoko, T, Hani. (2008). Manajemen. Yogyakarta: BPFE
- Hartono, Jogiyanto (2011). Konsep dan Aplikasi Structural Equation Modelling (SEM) Berbasis

Varian dalam Penelitian Bisnis. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan STIM YKPN Yogyakarta

- Kementerian Perindustrian RI. (2021). Indonesia Digadang Jadi Pusat Produksi Halal Dunia. Jakarta, DKI: Kemenperin. Diakses dari <https://kemenperin.go.id/artikel/22817/Indonesia-Digadang-Jadi-Pusat-Produksi-Halal-Dunia>
- Khan, S. A. (2013). Importance of Measuring Supply Chain Management Performance. *Ind Eng Manage* 2: e120. Tersedia dari <http://doi.org/10.4172/2169-0316.1000e120>
- Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-Obatan dan Kosmetika. (2008). General Guidelines of Halal Assurance System LPPOM MUI Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI)
- Mukhsin, Moh. (2017). Pengaruh Kepercayaan dan Komitmen Terhadap Kualitas Hubungan Dampaknya terhadap Kinerja Rantai Pasokan (Studi Kasus Produksi dan Distribusi Dedak pada PD. Sederhana). *Jurnal Manajemen*. Volume XXI No 03. 454-471. Tersedia dari <http://doi.org/10.24912/jm.v21i3.262>
- Omar, W. M. (2017). *Developing A Model For Halal Food Supply Chain Implementation*. Disertasi. RMIT University. Tersedia dari <https://researchrepository.rmit.edu.au/esploro/outputs/doctoral/Developing-a-model-for-halal-food/9921863838101341>
- Rasi, R.Z., Masroom, N.R., Omar, S.S., Ahmad, M, F., Rohana, S. (2017). Designing Halal Supply Chain: Malaysia's Halal Industry Scenarios. *MATEC Web of Conferences* 135(2):00040Hal 1-9. Tersedia dari <http://doi.org/10.1051/mateconf/201713500040>
- Samori, Z., Salleh, N. Z., & Khalid, M. M. (2016). Current Trends on Halal Tourism: Cases on Selected Asian Countries. *Tourism Management Perspectives*, 19, 131-136. Tersedia dari <http://dx.doi.org/10.1016/j.tmp.2015.12.011>
- Singh, M.P., Charkaborty, Arpita., Roy, Mousumi. (2018). Developing An Axtended Theory Of Planned Behavior Model To Explore Circular Economy Readiness In Manufacturing MSMEs, India. *Journal of Resources, Conservation & Recycling*. Vol 135. 313-322. Tersedia dari <http://dx.doi.org/10.1016/j.resconrec.2017.07.015>
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* Cetakan ke-22. Bandung: Alfabeta
- Sukoso. Wiryawan, Adam. Kusnadi, Joni. Sucipto. (2020). *Ekosistem Industri Halal*. Jakarta, DKI: Departemen Ekonomi dan Keuangan Syariah-Bank Indonesia. Tersedia dari <https://www.bi.go.id/id/edukasi/Pages/Buku-Ekosistem-Industri-Halal.aspx>
- Talib, M., Hamid, A., & Zulfakar, M. (2015). Halal Supply Chain Critical Success Factors: A Literatur Review. *Journal of Islamic Marketing*. Vol. 6 page 44-77. <http://dx.doi.org/10.1108/JIMA-07-2013-0049>
- Tarafdar, M., Qrunfleh, S., 2017. Agile supply chain strategy and supply chain performance: complementary roles of supply chain practices and information systems capability for agility. *International Journal Production Resources* 55 (4), 925–938. Tersedia dari <http://doi.org/10.1080/00207543.2016.1203079>
- Tieman, Marco., G.A.J Jack, Van Der Vorst., Ghazali, Maznah Che. (2012). Principle In Halal Supply Chain Management. *Journal of Islamic Marketing*. Vol. 3 No. 3 page 217-243. Tersedia dari <https://doi.org/10.1108/17590831211259727>
- Waharini, F. M., & Purwantini, A. H. (2018). Model Pengembangan Industri Halal Food di Indonesia. *Muqtasid: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 9(1), 1–13. <https://doi.org/10.18326/muqtasid.v9i1.1-13>
- Zailani, K. S. Kanapathy, M. Iranmanesh, and M. Tieman. (2015). "Drivers of halal orientation strategy among halal food firms," *British Food Journal*, vol. 117, no. 8, pp. 2143–2160. Tersedia dari <http://doi.org/10.1108/BFJ-01-2015-0027>
- Zulfakar, M. H., Anuar, M. M., & Ab Talib, M. S. (2014). Conceptual Framework On Halal Food Supply Chain Integrity Enhancement. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 121, 58-67, Tersedia dari <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.01.1108>