

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Halal supply chain

2.2.1.1 Pengertian Supply Chain Management

Supply chain management merupakan integrasi dari bisnis proses dari supplier awal yang menyediakan produk, jasa, dan informasi yang dapat menambahkan nilai kepada konsumen akhir (Lambert, 1998 dalam jurnal Omar & Jaafar). Supply chain merupakan aktivitas kunci yang sangat mempengaruhi hasil akhir sebuah perusahaan. Sebab itu, perusahaan yang mampu menerapkan supply chain yang baik akan mendapatkan hasil yang maksimal.

Pengertian *supply chain* menurut Heizer & Rander (2010) kegiatan pengelolaan berbagai kegiatan dalam rangka mendapatkan bahan mentah menjadi barang setengah jadi & barang jadi, kemudian mengirimkan produk tersebut ke konsumen melalui system distribusi. Dapat diartikan jika *supply chain* management sebagai jaringan antara bagian-bagian didalam sebuah perusahaan

2.2.1.2 Tujuan Supply Chain

Menurut Stevenson, tujuan dari manajemen rantai pasokan adalah menyalurkan antara permintaan dan penawaran secara efektif dan efisien. Beberapa masalah utama yang ada di dalam rantai pasokan berhubungan dengan:

- a. Penentuan tingkat outsourcing yang tepat
- b. Manajemen pengadaan barang
- c. Manajemen pemasok
- d. Mengelola hubungan dengan pelanggan
- e. Identifikasi masalah dan merespon masalah tersebut
- f. Manajemen risiko

Mayoritas masyarakat Indonesia adalah beragama Islam maka mereka lebih memikirkan tentang aturan dalam agama seperti kehalalan sesuatu. Halal adalah segala objek atau kegiatan yang diizinkan untuk digunakan atau dilaksanakan dalam agama islam. Bagi masyarakat muslim halal menjadi patokan dalam kehidupan sehari-hari sebagai contoh dalam hal pemilihan makanan yang menjadi suatu keharusan umat muslim untuk memakan makanan yang halal.

Halal food adalah sebuah makanan dan minuman yang diizinkan untuk dikonsumsi menurut islam, menurut jenis makanan dan cara memperolehnya . Dalam Al-Quran surat Al-Baqarah ayat 172-173 yang berbunyi:

يَتَأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا كُلُوا مِن طَيِّبَاتِ مَا رَزَقْنَاكُمْ وَاشْكُرُوا لِلَّهِ إِن
 كُنتُمْ إِيَّاهُ تَعْبُدُونَ ﴿١٧٢﴾ إِنَّمَا حَرَّمَ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةَ وَالدَّمَ
 وَلَحْمَ الْخِنْزِيرِ وَمَا أُهْلَ بِهِ لِغَيْرِ اللَّهِ فَمَن اضْطُرَّ غَيْرَ بَاغٍ وَلَا عَادٍ
 فَلَا إِثْمَ عَلَيْهِ إِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ رَّحِيمٌ ﴿١٧٣﴾

“Hai orang-orang beriman makanlah diantara rezeki yang baik-baik yang Kami berikan kepadamu dan bersyukurlah kepada Allah jika benar-benar kepada-Nya kamu menyembah.”

Karena itu, ketersediaan sumber daya dapat dianggap sebagai salah satu dimensi dari model implementasi *Halal Food Supply Chain* (Wan Marhaini Wan Omar, 2017).

Pada variabel *Halal Food Supply Chain* menggunakan teori Azmi, *et al* (2018) yang mana terdapat 3 dimensi yaitu Faktor Teknologi, Faktor Organisasi dan Faktor Lingkungan. Berikut indikator *Halal Food Supply Chain* yang digunakan pada penelitian ini:

a) Faktor Teknologi

- *Compability*: Variabel kompatibilitas dari teknologi informasi dan komunikasi sebagai tingkat adopsi yang kompatibel dengan tanggung jawab pekerjaan persyaratan Halal dan sistem nilai.
- *Preceived Benefits*: Manfaat yang diterima oleh perusahaan memiliki hubungan yang signifikan dengan niat untuk mengadopsi layanan standar halal.

b) Faktor Organisasi

- *Top Management support*: Sikap manajemen puncak secara positif memengaruhi adopsi dari standar halal.
- *Organizational Readiness*: Kesiapan organisasi memiliki hubungan yang positif dengan adopsi dari standar halal.

- *Understanding the practices*: Perusahaan memiliki pemahaman mendalam tentang standar halal.
- *Awareness*: Penyedia layanan rantai pasokan halal menyebutkan bahwa kesadaran dapat menjadi alasan mengapa mayoritas produsen halal tidak mengadopsi layanan rantai pasokan halal
- *Integrity*: Manfaat integritas halal mampu mempengaruhi strategi orientasi halal diantara perusahaan-perusahaan makanan halal
- *Expected Business benefits*: manfaat bisnis yang diharapkan secara positif memengaruhi strategi orientasi halal di antara perusahaan makanan halal.

c) Faktor Lingkungan

- *Government support*: Semakin banyak dukungan dari pemerintah, semakin besar kemungkinan penyedia layanan logistic halal yang akan mengadopsi inovasi dalam teknologi logistic halal.
- *Consumer pressure*: Tekanan dari pelanggan dapat mempengaruhi niat perusahaan dalam menerapkan standar halal.

2.2.1 Kinerja Perusahaan

Kinerja perusahaan halal yang mengacu pada perusahaan dalam mencapai tujuan non-keuangannya seperti pangsa pasar, pengenalan produk baru, kualitas produk, efektivitas pemasaran, nilai tambah dan efisiensi teknologi, serta tujuan keuangannya (Wan Marhaini Wan Omar, 2017; Yamin, Gunasekaran, & Mavondo, 1999). Kinerja perusahaan dapat mencapai tujuan selain masalah keuangannya. Dalam mengidentifikasi keberhasilan dan kebutuhan pelanggan terpenuhi, tujuan pengukuran kinerja

perusahaan menjadi hal yang dibutuhkan. Sehingga kelemahan proses bisnis perusahaan bisa diperbaiki dan menjadi fakta keputusan (Wan Marhaini Wan Omar, 2017).

Dalam bersaing didalam pasar seorang manajer harus mulai mengembangkan pengetahuan, keterampilan, dan strategi yang diperlukan dari tingkat rantai pasokan untuk bersaing dengan pasar lain (Green & Inman, 2005) . Sukses dalam pasar yang kompetitif, perusahaan mengandalkan kemampuan internal perusahaan (Barney, 1995; Hsu et al., 2011). Li et al., (2006) mengatakan bahwa perusahaan besar memiliki tingkat praktik *Supply Chain Management* yang lebih tinggi untuk mengelola manajemen yang lebih efektif.

Dalam Talib et al., (2010) menekan bahwa bisnis yang halal dianggap sebagai paradigma bisnis, dimana konsep ini perusahaan menilai sebagai strategi jangka panjang. Dalam sebuah fokus manajemen makanan halal berpindah menjadi sebuah perspektif yang berpusat dalam perspektif rantai pasokan. Makanan halal telah menjadi masalah utama dalam global, sehingga suatu pengelolaan rantai pasokan makanan adalah bagian integral dari bisnis makanan halal (Wan Marhaini Wan Omar, 2017).

Kinerja perusahaan adalah suatu tampilan keadaan secara utuh atas perusahaan selama periode waktu tertentu, merupakan hasil atau prestasi yang dipengaruhi oleh kegiatan operasional perusahaan. Tujuan perusahaan ada non keuangan seperti efisiensi produksi, efektifitas penjualan dan kualitas produknya. Kinerja perusahaan perlu diukur untuk

merepresentasikan sebuah keadaan dari perusahaan tersebut Menurut Omar (2017) terdapat 2 dimensi pada kinerja perusahaan, yaitu:

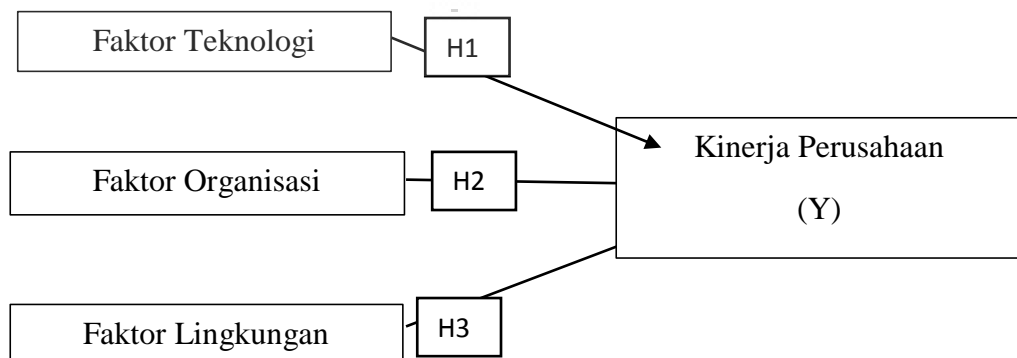
2.2.2.1 Kinerja Operasional

Kinerja operasional; dimana harus berhasil didalamnya operasional. Keberhasilan ini tercermin pada tinggi dan meningkat jumlah barang yang dikirimkan tepat waktu, penurunan tingkat persediaan, penurunan tingkat memo, tingkatkan kualitas produk, peningkatan lini produk, dan peningkatan pemanfaatan kapasitas (Hokey Min & Galle, 1997).

2.2.2.2 Kinerja Keuangan

Kinerja Keuangan, termasuk pada kinerja ekonomi baik, yang mana penurunan biaya pembelian bahan, penurunan biaya untuk konsumsi energi, penurunan biaya untuk pengolahan limbah, penurunan biaya untuk pembuangan limbah, dan pada saat yang sama berusaha untuk menghilangkan kinerja ekonomi negatif, seperti, peningkatan investasi, peningkatan biaya operasional, peningkatan biaya pelatihan, peningkatan biaya pembelian bahan ramah lingkungan (Melnyk, Sroufe, & Calantone, 2003).

2.2 Kerangka Pemikiran



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

2.3 Hipotesis

Hipotesis yaitu pernyataan sementara yang dapat diuji, dugaan yang diajukan berdasarkan data empiris (Sekaran dan Bougie, 2013). Pada penelitian ini hipotesis dirumuskan berdasarkan kerangka pikir yang telah digambarkan diatas. Penggunaan variabel *Halal Food Supply Chain* sebagai variabel independent, dan variabel Kinerja Operasional sebagai variabel dependen, maka hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut:

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Azmi, et al (2018), memperoleh hasil bahwa faktor teknologi pada *halal food supply chain* dengan dimensi *compability* dan *perceived benefits* menunjukkan pengaruh positif terhadap kinerja perusahaan.

H1: *Terdapat pengaruh positif dari Faktor Teknologi terhadap Kinerja Perusahaan.*

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Azmi, et al (2018), memperoleh hasil bahwa faktor organisasional pada *halal food supply chain* dengan dimensi *top management support, readiness, understanding the practice, awareness, integrity*, dan *expected business benefits* menunjukkan pengaruh positif terhadap kinerja perusahaan.

H2: *Terdapat pengaruh positif dari Faktor Organisasi terhadap Kinerja Perusahaan.*

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Azmi, et al (2018), memperoleh hasil bahwa faktor lingkungan pada *halal food supply chain* dengan dimensi

government support, competitive pressure, consumer pressure, dan market demand menunjukkan pengaruh positif terhadap kinerja perusahaan.

H3: *Terdapat pengaruh positif dari Faktor Lingkungan terhadap Kinerja Perusahaan.*

2.4 Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2007). Sedangkan menurut Uma Sekaran (2011), variabel penelitian merupakan atribut yang digunakan untuk membedakan nilai. Variasi kesimpulan yang diambil oleh peneliti untuk dipelajari akan digunakan sebagai batasan pembeda suatu nilai dari produk atau jasa yang akan diteliti. Penelitian ini menggunakan dua variabel, yaitu:

- 1) Variable independen (X) adalah variabel yang mempengaruhi variabel dependen baik pengaruh positif maupun negatif. Variabel ini sering disebut sebagai variabel bebas yang mengacu pada variabel terikat. Variabel independen dalam penelitian ini adalah *halal food supply chain*.
- 2) Variable dependen (Y) adalah variabel yang menjadi pusat penelitian peneliti. Variabel ini sering disebut sebagai variabel terikat dan menjadi fokus utama dalam penelitian. Dalam penelitian ini, variable dependen yang digunakan adalah kinerja perusahaan.