

BAB II KJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 *Supply chain management*

Supply Chain Management adalah pendekatan untuk mengefisienkan integrasi supplier atau pemasok, manufaktur, gudang penyimpanan barang, sehingga barang diproduksi dan didistribusikan dalam jumlah yang tepat, lokasi yang tepat, waktu yang tepat, untuk meminimalisir biaya yang dikeluarkan dan memberikan kepuasan layanan hingga konsumen akhir (simchi levi, 2003). *Supply chain management* adalah seluruh kegiatan rantai pasokan, dimulai dari bahan baku hingga ke pelanggan akhir. Manajemen rantai pasokan mencakup pemasok, perusahaan manufaktur atau penyedia jasa, distributor, grosir atau pengecer yang mengantarkan produk hingga ke konsumen akhir (Heizer dan Render, 2015).

Manajemen rantai pasokan (Supply Chain Management) adalah sebuah sistem yang melibatkan proses produksi, pengiriman, penyimpanan, distribusi dan penjualan produk dalam rangka memenuhi permintaan akan produk tersebut rantai pasokan didalamnya termasuk seluruh proses dan kegiatan yang terlibat didalam penyampaian produk tersebut sampai ketangan pemakai atau konsumen (21). semua itu termasuk proses produksi pada manufaktur, sistem transportasi yang menggerakkan produk dari manufaktur sampai ke outlet retail, gudang tempat penyimpanan produk tersebut, pusat distribusi tempat dimana pengiriman dalam lusin besar dibagi kedalam lusin kecil untuk dikirim kembali ke toko-toko dan akhirnya sampai ke pengecer sampai pelanggan.

Dapat dikatakan bahwa *supply chain* merupakan *logistic network* dimana ada beberapa tokoh utama yang perusahaan memiliki kepentingan yang sama yaitu:

1. *Suppliers*
2. *Manufacturer*
3. *Distribution*
4. *Retail outlets*
5. *Customers*

Chain 1: *Suppliers*

Merupakan sumber yang menyediakan bahan pertama, dimana mata rantai penyaluran barang akan dimulai. Bahan pertama ini bisa berbentuk bahan baku, bahan mentah suku cadang dan lainnya. Sumber pertama ini disebut dengan *supplier*.

Chain 1-2: *Suppliers* → *Manufacturer*

Rantai pertama dihubungkan dengan rantai kedua yaitu *manufacturer* atau *plants* atau *assembler* atau *fabricator* atau bentuk lain yang melakukan pekerjaan membuat, memfabrikasi, mengasembling, merakit, mengkonversikan hingga menyelesaikan barang atau *finishing*.

Chain 1-2-3: *Suppliers* → *Manufacturer* → *Distribution*

Barang yang telah dihasilkan oleh *manufacturer* harus disalurkan kepada pelanggan. Penyaluran barang dengan pelanggan umumnya melalui distributor yang biasa digunakan *supply chain*. Barang disalurkan ke distributor hingga ke pengecer.

Chain 1-2-3-4: *Suppliers* → *Manufacturer* → *Distribution* → *Retail outlets*

Pedagang besar pada umumnya memiliki fasilitas seperti gudang sendiri atau menyewa yang digunakan untuk menyimpan produk sebelum disalurkan lagi ke pengecer. Meminimalisir

biaya yang dikeluarkan untuk biaya gudang bisa dilakukan dengan mendesain pola pengiriman barang dari gudang maupun ke pengecer.

Chain 1-2-3-4: Suppliers → Manufacturer → Distribution → Retail outlets → Customers

Pengecer menawarkan barangnya langsung kepada pelanggan atau konsumen. Seperti di toko, warung, toserba, pasar, swalayan, koperasi mall dan lainnya. Sebenarnya masih ada satu rantai lagi yaitu pembeli karena pembeli belum tentu pengguna sesungguhnya. Maka rantai *supply* memang berhenti ketika barang atau produk sampai ke pengguna yang sebenarnya.

Supply chain management merupakan suatu pendekatan yang digunakan untuk mencapai pengintegrasian berbagai organisasi yang lebih efisien dari supplier, manufaktur, distributor, retailer, dan customer. Artinya barang diproduksi dalam jumlah yang tepat, pada saat yang tepat dan pada tempat yang tepat dengan tujuan mencapai cost dari sistem secara keseluruhan yang minimum dan juga mencapai service level yang diinginkan (David Simchi Levi, 2000). Menurut Heizer & Render (2004), mendefinisikan *supply chain management* (manajemen rantai pasokan) sebagai kegiatan pengelolaan dalam memperoleh bahan mentah menjadi barang dalam proses atau barang setengah jadi dan barang jadi, kemudian mengirim produk tersebut ke konsumen melalui sistem distribusi. *Supply chain management* merupakan penyaluran produk atau barang kepada pelanggan. Rantai pasokan merupakan jaringan ke berbagai perusahaan dan organisasi dan berhubungan dan berkordinasi mencapai tujuan yang sama dalam pengiriman barang yaitu bertujuan untuk memaksimalkan tujuan perusahaan dan memenuhi kebutuhan konsumen.

Tujuan *Supply Chain Management* adalah untuk memaksimalkan nilai keseluruhan yang dihasilkan untuk memenuhi kebutuhan dan permintaan pelanggan Tujuan lainnya adalah untuk meminimalkan biaya keseluruhan (biaya pemesanan, biaya penyimpanan, biaya bahan baku, biaya

transportasi dan lain-lain) (Cophra dan Meindl, 2004). Menurut Suhong li, Bhanu ragu-nathan, T.S Ragu-Nathan, S. Subba Rao (2006). *Supply chain management* memiliki indikator yaitu:

a) *Strategy supplier partnership*

Strategy supplier partnership didefinisikan sebagai hubungan jangka panjang antara organisasi dan pemasoknya (Regina dan Devie,2015). Membangun hubungan jangka panjang dan harmonis dengan supplier memungkinkan organisasi untuk bekerja lebih efektif dengan supplier yang bersama-sama berkordinasi dan bertanggung jawab bersama untuk keberhasilan suatu produk sehingga produk atau barang bisa tersedia dengan jumlah yang tepat. Hubungan dengan supplier harus terjaga sehingga kerjasama yang dilakukan akan selalu efektif dan menjadi komponen penting dari keunggulan *supply chain*.

b) *Customer Relationship*

Mengelola hubungan jangka panjang dengan konsumen merupakan salah satu strategi untuk meningkatkan loyalitas dan kepercayaan konsumen. Membangun hubungan dengan konsumen atau pelanggan adalah hal penting dalam *supply chain management*, karena dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen adalah kunci keberhasilan dalam *supply chain management* terkait dengan hasil jangka panjang yang akan di dapatkan dari menjaga hubungan yang baik dengan pelanggan. Menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan bisa dilakukan dengan mendengarkan keluhan konsumen dan memberikan pelayanan terbaik dalam memberikan produk atau jasa yang diberikan kepada konsumen.

c) *Information Sharing*

information sharing atau berbagi informasi adalah komunikasi yang dijalin dalam pembagian informasi penting oleh perusahaan kepada mitra usaha. berbagi informasi berupa taktik strategi, kondisi dasar secara umum dan dan informasi terkait pelanggan. (kristanto 2015)

2.1.2 Halal supply chain

Konsep *Halal supply chain management*, Dalam ensiklopedia hukum islam, halal memiliki arti segala sesuatu yang menyebabkan seseorang tidak dihukum jika menggunakannya, atau sesuatu yang boleh dikerjakan menurut syara'. Sedangkan DEPAG RI (Departemen Agama Republik Indonesia) mendefinisikan halal sebagai sesuatu yang boleh menurut ajaran islam. Halal merupakan sebuah istilah dalam Al Qur'an yang berarti diijinkan, diperbolehkan, sah atau legal. Sedangkan Haram merupakan lawan kata Halal yang berarti terlarang, tidak sah atau ilegal. Berdasarkan Syari'ah, semua pembahasan mengenai halal dan haram beserta semua perselisihan diantara keduanya harus dirujuk kepada Al-Qur'an dan Hadist.

Halal supply chain management, Halal disini berarti produk yang telah dihasilkan berasal dari bahan baku, pengolahan, kebersihan dan lain-lain yang dijalankan sesuai dengan syariat hukum Islam. Sehingga produk tersebut layak untuk di distribusikan ataupun di konsumsi oleh masyarakat. Selain itu produk halal tersebut aman, terjamin, mempunyai nilai dan bermanfaat untuk masyarakat. Sebaliknya dengan produk haram, produk hasil olahan ini tidak berasal dari bahan baku, pengawasan, proses, sterilisasi, dan lain-lain. Artinya hasil dari pengolahan tersebut tidak layak untuk di distribusikan atau terlebih di konsumsi oleh masyarakat

Dalam konsepnya menyebutkan halal dalam rantai pasok berarti kegiatan keseluruhan yang terlibat sepanjang rantai pasok dari hulu ke hilir menerapkan konsep yang sesuai syariat Islam, dimulai dari pemilihan pemasok, proses produksi, penyimpanan, sampai dengan distribusi (memisahkan penyimpanan dan pengiriman produk halal agar terhindar dari kontaminasi). (Tieman 2012)

I. Kebersihan

Kebersihan merupakan salah satu aspek penting yang harus ada dalam kehidupan manusia. Ini dapat didefinisikan sebagai keadaan bersih, atau tindakan menjaga kebersihan. Ajaran Islam telah menekankan konsep kebersihan tidak hanya dalam hal pakaian, bangunan dan daerah sekitarnya tetapi juga dalam makanan (Riaz & Chaudry 2004). Dalam menangani makanan halal, tempat dan proses persiapan makanan harus dijaga tetap bersih dan bebas dari unsur-unsur yang dapat menyebabkan infestasi atau lalat, tikus, kecoak, kadal dan hama lainnya. Peralatan harus sering dicuci dan pembersihan yang benar juga harus dilakukan melalui jalur produksi untuk memastikan semua sumber kontaminasi yang mungkin dihilangkan (Riaz & Chaudry 2004).

Dalam produksi makanan halal, organisasi harus memastikan bahwa unsur non-halal dibersihkan sesuai dengan: i) standar pembersihan untuk naj besar; dan ii) standar kebersihan yang ada untuk najs sedang. Selain itu, organisasi harus menetapkan program pembersihan yang komprehensif dan standar. Organisasi juga harus menggunakan bahan kimia pembersih tingkat makanan untuk penggunaan pembersihan dan membuang makanan olahan yang terkontaminasi berdasarkan peraturan pembuangan setempat dan persyaratan Syariah. Higiene makanan yang tepat menghasilkan makanan yang sehat, bersih, dan sehat. Ini sejalan dengan konsep makanan halal yang secara fisik perlu bersih,

aman dikonsumsi, sehat dan bergizi. Oleh karena itu, disarankan agar kebersihan dilakukanditerapkan sepanjang proses rantai pasokan makanan dari produksi primer hingga tahap akhir untuk konsumsi (Amjadi & Hussain 2005).

II. Keamanan

Keselamatan menjadi perhatian utama dan kriteria pilihan karena konsumen dihadapkan pada berbagai produk makanan dengan harga bersaing. Untuk alasan ini, setiap produk makanan harus aman dikonsumsi, serta rasanya enak dan enak secara estetika menyenangkan (Wilcock 2004). Baru-baru ini, masalah penyakit bawaan makanan telah meningkat secara global dan perdagangan pangan internasional terganggu karena masalah keamanan pangan dan persyaratan kualitas yang sering terjadi. Bahkan, makanan yang tidak aman bisa menyebabkan banyak penyakit seumur hidup yang parah, mulai dari penyakit diare hingga berbagai bentuk kanker (Aung & Chang 2014).

Keamanan pangan dapat didefinisikan sebagai jaminan bahwa makanan tidak akan menyebabkan kerusakan pada makanan konsumen ketika disiapkan dan / atau dimakan sesuai dengan tujuan penggunaannya. (Wilcock 2004) menggambarkan keamanan makanan sebagai residu potensial yang tidak diinginkan dalam makanan yang berkisar dari kontaminan alami hingga lingkungan hingga agrokimia, obat-obatan hewan, penggerak pertumbuhan dan komponen pengemasan. Oleh karena itu, keamanan pangan mengacu pada proses menghindari makanan yang terkontaminasi atau semua bahaya yang dapat membuat makanan berbahaya bagi kesehatan konsumen. Masalah tidak dapat dinegosiasikan karena dapat membuat orang yang terkena dampak menderita penyakit. Implikasi keamanan pangan tidak hanya bagi orang yang mengkonsumsinya, tetapi juga membebani beban ekonomi yang parah pada suatu negara, seperti penolakan makanan

oleh negara-negara pengimpor. Insiden makanan berturut-turut dapat menempatkan kepercayaan dan konsumen percaya pada keamanan makanan di bawah tekanan. Dalam konteks produk makanan halal, pertumbuhan perdagangan makanan halal internasional telah meningkatkan masalah mengenai dampak lingkungan dari HFSC.

Salah satu masalah terkait keamanan pangan di banyak negara di dunia adalah kerusakan makanan, pembusukan makanan boros, mahal dan dapat mempengaruhi perdagangan dan kepercayaan konsumen. Sebagian besar makanan mudah rusak dan memiliki umur simpan terbatas sehingga membutuhkan kontaminasi yang aman dan minimal selama pembuatan, dan cepat kontrol dingin dan suhu di sepanjang rantai pasokan (Aung dan Chang 2014). Kegagalan untuk melakukan ini dapat menyebabkan pertumbuhan mikroba dan pembusukan makanan, yang menyebabkan penyakit bawaan makanan. Produsen makanan halal harus fokus pada teknik pengolahan Islam, serta keamanan dan kualitas produk dan proses (Talib, Ali & Jamaludin 2008). Bahaya keamanan pangan dapat terjadi di berbagai titik di seluruh rantai makanan. Proses yang sama diterapkan pada manufaktur makanan halal, di mana elemen keselamatan harus difokuskan pada setiap titik kontrol selama pemrosesan primer. Karenanya, keamanan pangan adalah tanggung jawab yang dimiliki bersama oleh semua anggota rantai pasokan, dari produsen, pengolah, distributor, pengecer atau konsumen.

III. *Hukum islam*

Agama mempunyai peran utama dalam kehidupan manusia melalui membentuk kepercayaan, pengetahuan, sikap, dan bahkan kebiasaan makanan mereka.

Riaz dan Chaudry (2004) mengatakan bahwa Islam adalah cara hidup dan bukan hanya agama ritual, melainkan aturan dan tata krama yang mengatur kehidupan individu Muslim. Untuk seorang Muslim, pedoman dasar untuk hukum tentang makanan diungkapkan dalam Al-Quran, serta dijelaskan dan dicatat dalam Hadis ini merupakan dua sumber utama hukum Islam.

Menurut hukum Islam, semua produk makanan diizinkan kecuali yang dilarang, seperti alkohol, daging babi, darah, daging dari mayat, dan daging hewan yang belum disembelih menurut hukum Syariah (Riaz & Chaudry 2004). Seorang Muslim yang menganut hukum Islam adalah simbol iman terhadap agamanya, dan mereka harus menghindari makanan yang tidak memenuhi standar makanan mereka (Riaz & Chaudry 2004). Umat Muslim percaya bahwa makan makanan halal baik untuk kesehatan fisik dan perkembangan spiritual, karena memenuhi perintah Tuhan. Untuk alasan ini, implementasi HFSC harus mengikuti hukum diet Islam untuk memastikan bahwa kegiatannya sesuai dengan prinsip-prinsip Syariah

IV. Pemisahan

Segregasi yang tepat dapat diklasifikasikan sebagai penanganan, pengemasan, pengangkutan dan penyimpanan. Penanganan, pengemasan, pengangkutan dan penyimpanan makanan harus dipisahkan antara produk halal dan non-halal sehingga akan mencegah kontaminasi di antara produk. Pada titik ini, semua aspek kualitas, kebersihan dan kehalalan sedang dijaga untuk memastikan produk halal ditawarkan kepada konsumen Muslim di pasar. (omaar & jaafar 2011)

Selain itu, penanganan makanan halal harus bersih dan aman untuk dikonsumsi oleh umat Islam maupun oleh orang-orang non-Muslim. Bahan penanganan misalnya

forklift yang digunakan untuk membawa produk halal tidak boleh dicampur dengan bahan penanganan lain yang digunakan untuk membawa produk non-halal untuk menghindari kontaminasi.

Penggunaan transportasi untuk membawa makanan halal tidak boleh terkontaminasi dan tidak boleh dicampur dengan makanan non-halal untuk menghindari kontaminasi.

V. *Pengendalian material*

Pada tahap ini, tanggung jawab utama dari penjagal dan penjagal daging adalah untuk memantau pemisahan produk halal dari produk non-halal (Tieman 2012). Pertama, bahan penanganan untuk makanan halal harus bersih dan aman untuk dikonsumsi oleh konsumen Muslim (Omar & Jaafar, 2011). Sangat penting bahwa produsen makanan memastikan bahwa tidak ada peralatan dan mesin yang terkait dengan bahan haram (tidak diizinkan). Oleh karena itu, rantai pasokan halal harus memastikan bahwa tidak ada kontaminasi antara halal dan haram atau apa pun di antaranya (Omar & Jaafar, 2011). Makanan halal dan non-halal tidak boleh disimpan di tempat penyimpanan yang sama atau ruangan dingin apa pun meskipun suhu dipertahankan (Omar & Jaafar, 2011).

VI. *Penyimpanan dan pengiriman*

Transportasi dan penyimpanan makanan halal membutuhkan perhatian khusus dalam rantai pasokan makanan. Semua makanan halal yang disimpan, diangkut, ditampilkan, dijual dan disajikan harus dikategorikan dan dipisahkan di setiap tahap untuk mencegah agar tidak terkontaminasi dengan produk yang tidak halal.

Kegiatan transportasi, penyimpanan, dan distribusi sebagai komponen yang paling penting dalam menjaga integritas makanan halal (Riaz dan Chaudry 2004). Penyimpanan yang tepat dapat menjaga kualitas produk makanan halal (Omar, Jaafar & Osman 2013).

Sebagai contoh, kekuatan penyimpanan daging segar akan berdampak signifikan pada kualitas dan keamanan daging. Produk halal harus memiliki zona penyimpanan khusus atau rak, dan tidak boleh ada pencampuran produk halal dan non-halal di ruang dingin yang sama. (Tieman, van der Vorst dan Che Ghazali 2012)

Pentingnya transportasi terpisah untuk meminimalkan potensi kontaminasi silang ditekankan oleh Tieman (2013). Seharusnya tidak ada pencampuran produk massal halal dan non-halal, pada satu palet atau pengangkut muatan dan wadah berpendingin (Tieman, van der Vorst & Che Ghazali 2012). Seharusnya tidak ada pencampuran antara barang halal dan non-halal pada pengangkut muatan atau dalam kendaraan umum dan mereka harus disimpan secara terpisah dalam penyimpanan selama transportasi dan distribusi untuk mencegah kontaminasi (Tieman 2011). Oleh karena itu, penyimpanan dan transportasi khusus adalah secara signifikan penting dalam implementasi rantai pasokan makanan halal.

VII. *Kemasan dan label*

Pengemasan dan pelabelan makanan adalah tahapan penting dalam HSCM. Praktik Islam membutuhkan perdagangan produk makanan yang jujur dan pemberian label yang benar. Proses pengemasan dan pelabelan produk juga harus melalui pertimbangan untuk menciptakan produk halal yang asli dan sehat (Ab Talib & Mohd Johan 2012). Dalam label makanan, menyamakan fakta, seperti sumber bahan dilarang dalam yurisprudensi Islam. Informasi yang disediakan dalam produk makanan halal harus akurat dan membutuhkan sumber lengkap dari semua bahan, termasuk bahan-bahan tak disengaja atau tersembunyi yang dapat mempengaruhi status halal produk. Selain itu, logo sertifikasi resmi dan detail kontak organisasi harus terlihat.

Pengemasan dapat didefinisikan sebagai semua produk yang terbuat dari bahan apa pun yang bersifat apa pun untuk digunakan untuk penanganan, perlindungan, penanganan,

pengiriman dan penyajian barang, dari bahan baku ke barang olahan dan dari produsen ke konsumen . Oleh karena itu, kemasan harus digunakan untuk menampung, melestarikan dan memberikan perlindungan fisik terhadap barang akhir. Ada banyak masalah yang berkaitan dengan pengemasan produk makanan halal (Ab Talib & Mohd Johan 2012), dan salah satu masalah adalah pengemasan bahan. Bahan kemasan dan wadah sangat penting untuk menjaga produk tetap aman dan rapi. Kemasan makanan tidak boleh terbuat dari bahan non-halal dan jika itu terbuat dari bahan baku asal hewan, maka itu memerlukan sertifikasi halal yang tepat. Sumber asal hewan yang tidak diklasifikasikan dapat mengubah makanan yang disimpan menjadi mashbooh atau dipertanyakan karena kontaminasi silang . Bahkan, penanganan produk makanan halal kemasan tidak boleh dicampur dengan yang digunakan untuk produk non-halal (Talib, Zailani & Zainuddin 2010).

VIII. Ethical Practices

Pengembangan produk halal harus etis, konsisten dengan prinsip Syariah. etis terdiri dari: ramah lingkungan, mempertimbangkan kesejahteraan hewan; memiliki karakter organik; menghormati pembiayaan Islami dan memiliki atribut perdagangan yang adil. menekankan prinsip permisibilitas, di mana ia tidak hanya terbatas pada benda dan benda yang digunakan, tetapi juga mencakup semua tindakan dan perilaku manusia. Selain itu, memiliki produsen etis yang secara praktis terlibat dalam perdagangan yang adil dan bertanggung jawab secara sosial dalam seluruh rantai produksi merupakan perhatian utama dalam industri halal (Sungkar 2010). Dalam praktiknya, transaksi penjualan dianggap sah jika dilakukan melalui persetujuan bersama dari pihak-pihak terkait, di mana mengambil keuntungan dan mengenakan harga tinggi adalah bentuk eksploitasi dan dilarang dalam Islam. (Mohammed 2013). Selain itu, produsen tidak diperbolehkan menggunakan bahan

berbahaya atau melakukan perilaku tidak etis yang dapat merusak konsumen. Dengan demikian, praktik etis dapat secara positif mendefinisikan implementasi HSCM.

IX. Pelatihan

pelatihan adalah salah satu fungsi dalam pengembangan personalia dan sumber daya manusia. Seseorang harus mengikuti pelatihan tambahan untuk meningkatkan keterampilan saat ini dan mengembangkan keterampilan baru dengan asumsi bahwa pelatihan mengarah pada standar hidup yang lebih tinggi dan pekerjaan yang lebih baik. Pelatihan untuk pekerja sangat penting untuk memimpin mereka untuk mencapai keterampilan dan produktivitas tingkat tinggi, yang berkontribusi untuk mengembangkan tenaga kerja yang berkualitas.

Munculnya industri makanan halal menjadi lebih penting karena permintaan akan produk makanan halal terus meningkat. Untuk mengembangkan kumpulan pekerja dan profesional berpengetahuan luas di industri halal, pelatihan diperlukan, dan manajemen harus dapat memastikan semua orang terlatih dengan baik (Tieman, van der Vorst & Ghazali 2012). seseorang harus dilatih dalam halal untuk memastikan kepatuhan dengan prinsip-prinsip Syariah. Organisasi yang menerapkan rantai pasokan makanan halal harus memastikan bahwa para pekerja mengetahui dan memahami persyaratan halal untuk meminimalkan kemungkinan kesalahan manusia dalam produksi produk makanan halal. Menurut Pahim, Jemali dan Mohamad (2012), kebutuhan untuk pelatihan dalam industri halal, khususnya dalam halal logistik, sangat penting untuk memastikan bahwa konsumen

mengalami rantai pasokan halal yang lengkap. Selanjutnya, pelatihan dalam industri makanan halal sangat penting untuk memastikan bahwa integritas diberikan di seluruh rantai pasokan dan untuk mengimbangi permintaan global untuk produk makanan halal. Ini dapat didukung oleh, yang menunjukkan bahwa pelatihan memainkan peran utama dalam keberhasilan praktik rantai pasokan.

Beberapa penelitian dilakukan untuk menggarisbawahi pentingnya kebutuhan karyawan yang berpengetahuan luas dan terlatih dalam produksi makanan halal, seperti pra-pembantaian, penyembelihan, pemrosesan dan persiapan, pengadaan, pengemasan, penyimpanan, transportasi, pelacakan dan penelusuran (Riaz & Chaudry 2004). Selain itu, penting karyawan Muslim bertindak dalam peran pengawasan, memastikan tidak ada ternak yang disiksa (tertegun) dan hanya alat yang tepat (seperti pisau tajam) dan teknik yang digunakan. Dengan demikian, untuk memiliki implementasi HSCM yang efektif, personel harus dilatih dan dilengkapi dengan keterampilan dan pengetahuan pedoman Islam dan prinsip-prinsip menuju konsep halal

X. Inovasi

Inovasi adalah cara baru dalam melakukan sesuatu atau "hal baru yang dibuat bermanfaat". Dari perspektif organisasi, inovasi mengacu pada keberhasilan implementasi ide-ide kreatif dalam organisasi. Inovasi juga dapat dikaitkan dengan kinerja dan pertumbuhan melalui peningkatan efisiensi, produktivitas, kualitas, positioning yang kompetitif dan pangsa pasar (Guan & Ma 2003). Sebuah organisasi dengan inovasi yang kuat cenderung memiliki kompetensi dan pandangan yang berbeda (Quintana-García & Benavides-Velasco 2005). Sebuah organisasi dengan sumber daya nyata terbatas yang ingin mengejar strategi manajemen rantai pasokan mungkin membutuhkan kemampuan inovatif yang kuat jika mereka ingin mengejar peluang baru di pasar yang kompleks dan

berisiko. Kemampuan untuk berinovasi harus menjadi bagian dari manajemen karena merupakan salah satu faktor terpenting yang mempengaruhi kinerja organisasi. Kemampuan inovatif dianggap penting bagi organisasi yang mencapai daya saing strategis. Selain itu, peningkatan dimensi kemampuan inovatif dapat meningkatkan pertumbuhan ekspor di industri manufaktur (Guan & Ma 2003)

XI. Ketersediaan sumber daya

Sumber daya merujuk pada aset strategis perusahaan, yang meliputi nama merek, akses saluran yang unggul, struktur biaya yang menguntungkan, kemampuan teknologi, kemampuan R&D, reputasi dan paten. Dengan demikian, sumber daya juga dapat didefinisikan sebagai input ke dalam proses produksi, yang meliputi peralatan modal, keterampilan karyawan individu, paten dan nama merek. Sumber daya dapat diperoleh dalam keadaan sederhana dan dikombinasikan oleh perusahaan dalam kombinasi khas yang tidak mudah diraih.

Dalam industri makanan halal, manajemen harus memastikan ketersediaan sumber daya, seperti tenaga kerja, infrastruktur, mesin dan peralatan dan modal keuangan sebelum produksi halal sepenuhnya operasional. Penting untuk organisasi untuk menyediakan dan memelihara infrastruktur yang diperlukan untuk mencapai kesesuaian dengan persyaratan produk, yang meliputi:

- i. bangunan, ruang kerja, ruang shalat, fasilitas wudhu dan utilitas terkait lainnya untuk umat Islam.
- ii. perangkat keras dan perangkat lunak peralatan
- iii. layanan pendukung, dan;
- iv. restoran-restoran dalam premis organisasi harus menyediakan makanan dan minuman halal. Makanan dan minuman non-halal (jika ada) harus

dipisahkan. Selanjutnya, organisasi harus memastikan semuanya sumber daya yang digunakan dalam kegiatan organisasi diperoleh dari sumber halal. Mengenai tenaga kerja, manajemen diharuskan menunjuk seorang anggota manajemen organisasi sebagai petugas kepatuhan Syariah. Ini penting untuk memastikan kelancaran bisnis halal. Oleh karena itu, ketersediaan sumber daya dapat dianggap sebagai salah satu dimensi model implementasi HSCM.

2.1.3 Kinerja perusahaan

Kinerja organisasi mengacu pada seberapa baik organisasi mencapai tujuan yang berorientasi pasar serta tujuan keuangannya. Kinerja atau performance sering diartikan sebagai hasil kerja atau prestasi kerja. Kinerja mempunyai makna yang luas bukan hanya menyatakan hasil kerja tetapi bagaimana proses kerja berlangsung. Kinerja organisasi adalah suatu hasil yang dihasilkan oleh sebuah perusahaan dimana hasil tersebut dapat meningkatkan nilai dari perusahaan itu sendiri. Setiap organisasi memiliki tujuan yang akan di capai ditentukan oleh standar yang harus dicapainya. Dimana kinerja akan selalu di evaluasi pada setiap periode, apakah tujuan organisasi sudah tercapai dengan kinerja yang sudah dilakukan oleh perusahaan. (Ibrahim karimi dan Mahmoud Rafiee (2014)

Kinerja organisasi biasanya memiliki berbagai penilaian pada suatu periode dengan tujuan. Penilaian yang dilakukan pada kinerja organisasi bisa dengan melihat segala hal yang dapat mempengaruhi kinerja organisasi dan berdampak pada laba, bersama-sama dalam memahami masalah dan penyelesaian untuk meningkatkan kinerja yang lebih baik lagi, menyediakan informasi yang transparan untuk memperlancar komunikasi dalam

kerjasama dan meningkatkan perbaikan dalam kinerja seperti perbaikan setelah mengevaluasi hasil dari penilaian kinerja.

Menurut Suhong li, Bhanu ragu-nathan, T.S Ragu-Nathan, S. Subba Rao (2006), kinerja perusahaan bisa diukur dengan indikator:

a) Kinerja Operasional

selain mengukur kinerja perusahaan berdasarkan kinerja keuangan, penting pula untuk mengukur berdasarkan kinerja non-keuangan. Kinerja non keuangan dikenal sebagai kinerja operasional dimana aspeknya mampu mengukur kinerja ketika informasi yang tersedia terkait dengan peluang yang sudah ada namun belum terealisasi secara keuangan. Kinerja operasional dapat diukur dengan menggunakan pengukuran seperti pangsa pasar (market share), peluncuran produk baru, kualitas, efektivitas pemasaran, dan kepuasan pelanggan. Perusahaan telah menentukan penggolongan pasar yang akan dituju dan pangsa pasarnya. Dengan pangsa pasar yang sesuai perusahaan dapat mendapatkan laba yang maksimum. Mendapatkan laba dan meningkatkan nilai perusahaan adalah tujuan didirikannya perusahaan. Perusahaan terus menciptakan inovasi dengan produk yang terus diciptakan untuk menciptakan kepuasan konsumen. menentukan *market share* yang telah ditargetkan oleh perusahaan.

b) Kinerja Keuangan

Kinerja biasanya dinilai menggunakan pengukuran berbasis data akuntansi atau data keuangan. Perusahaan telah memiliki target dalam mencapai tingkat keuntungan, dengan begitu perusahaan dapat menciptakan pertumbuhan dengan meningkatkan penjualan melalui kualitas yang baik dan membangun hubungan baik dengan konsumen. Kinerja dinilai pengukuran data akuntansi atau data keuangan.

2.2 Hipotesis

Hipotesis adalah suatu perumusan sementara mengenai suatu hal yang dibuat untuk menjelaskan hal itu dan juga dapat menuntun atau mengarahkan penyelidikan selanjutnya (Umar, 20013). Maka hipotesis dalam penelitian ini adalah

- H1 : Diduga ada pengaruh positif dari *kebersihan* terhadap kinerja perusahaan.
- H2 : Diduga ada pengaruh positif dari *keamanan* terhadap kinerja perusahaan.
- H3 : Diduga ada pengaruh positif dari *hukum islam* terhadap kinerja perusahaan.
- H4 : Diduga ada pengaruh positif dari *pemisahan* terhadap kinerja perusahaan.
- H5 : Diduga ada pengaruh positif dari *penyimpanan dan pengiriman* terhadap kinerja perusahaan.
- H6 : Diduga ada pengaruh positif dari *kemasan dan label* terhadap kinerja perusahaan.
- H7 : Diduga ada pengaruh positif dari *Ethical Practices* terhadap kinerja perusahaan.
- H8 : Diduga ada pengaruh positif dari *pelatihan* terhadap kinerja perusahaan.
- H9 : Diduga ada pengaruh positif dari *inovasi* terhadap kinerja perusahaan.
- H10 : Diduga ada pengaruh positif dari *ketersediaan sumber daya* terhadap kinerja perusahaan.

2.3 Kerangka Penelitian

