
Analisis Penerapan Halal *Supply Chain* Dalam Meningkatkan Kepercayaan Konsumen Pada Produk Lumpia Merdeka Jombang

Lisa Anggreini Santoso¹, Naili El Muna²

Universitas K.H A. Wahab Hasbullah¹⁻²

Email Korespondensi: lisaanggreini04@gmail.com¹, Naely@unwaha.ac.id²

Article received: 19 Juni 2025, Review process: 29 Juni 2025,

Article Accepted: 25 Juli 2025, Article published: 16 Agustus 2025

ABSTRACT

The growing awareness of halal products requires SMEs to implement comprehensive halal supply chain practices. This study aims to analyze the implementation of the halal supply chain in enhancing consumer trust in Lumpia Merdeka products in Jombang. A descriptive qualitative approach was employed using interviews, observations, and documentation to explore production, distribution, and halal assurance practices. The results reveal that Lumpia Merdeka consistently applies halal principles from the selection of raw materials, sharia-compliant production processes, to hygienic distribution, which successfully increases consumer trust and loyalty. These findings highlight that the implementation of a halal supply chain is not only a religious obligation but also a sustainable business strategy that strengthens the reputation and competitiveness of SMEs in both domestic and global markets.

Keywords: Halal Supply Chain, Consumer Trust, Smes, Loyalty, Jombang

ABSTRAK

Meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya produk halal menuntut pelaku usaha UMKM untuk menerapkan prinsip *halal supply chain* secara menyeluruh. Penelitian ini bertujuan menganalisis penerapan *halal supply chain* dalam meningkatkan kepercayaan konsumen pada produk Lumpia Merdeka di Jombang. Pendekatan kualitatif deskriptif digunakan dengan teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi untuk menggali secara mendalam praktik produksi, distribusi, dan jaminan kehalalan produk. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Lumpia Merdeka telah menerapkan prinsip halal secara konsisten sejak pemilihan bahan baku, proses produksi sesuai syariat, hingga distribusi yang higienis, sehingga meningkatkan kepercayaan dan loyalitas konsumen. Temuan ini menegaskan bahwa penerapan *halal supply chain* bukan hanya kewajiban normatif, tetapi juga strategi bisnis berkelanjutan yang memperkuat reputasi dan daya saing UMKM di pasar domestik maupun global.

Kata Kunci: *halal supply chain*, kepercayaan konsumen, UMKM, loyalitas, Jombang

PENDAHULUAN

Islam merupakan agama dengan jumlah penganut terbesar di dunia, termasuk di kawasan Asia, di mana Indonesia menjadi negara dengan populasi Muslim terbesar. Dengan jumlah penduduk Muslim yang dominan, tanggung jawab pemerintah dan pelaku usaha dalam menjamin kehalalan produk semakin penting. Kehalalan bukan hanya persoalan normatif, tetapi juga menyangkut kepercayaan konsumen dalam mengonsumsi produk sehari-hari. Oleh karena itu, sertifikasi halal hadir sebagai instrumen yang memberikan rasa aman sekaligus memperkuat kepatuhan umat terhadap kewajiban syariah (Shafie & Othman, 2006; Bonne & Verbeke, 2008).

Konsep *halal supply chain* menekankan bahwa prinsip halal harus diterapkan secara menyeluruh mulai dari pemilihan bahan baku, proses produksi, penyimpanan, hingga distribusi. Hal ini untuk memastikan tidak ada kontaminasi silang antara produk halal dan non-halal yang dapat merusak integritas produk. Rantai pasok halal telah berkembang sebagai bidang kajian strategis dalam industri halal global, karena memberikan jaminan kualitas, higienitas, dan kepatuhan syariah yang pada akhirnya memperkuat posisi daya saing produk di pasar internasional (Tieman, 2011; Zailani et al., 2017).

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memiliki peran vital dalam pembangunan ekonomi nasional. Di Indonesia, UMKM menyerap lebih dari 90% tenaga kerja dan berkontribusi signifikan terhadap pertumbuhan produk domestik bruto (BPS, 2023). Dalam konteks industri halal, UMKM halal terbukti lebih tahan terhadap guncangan ekonomi karena produk yang mereka tawarkan memiliki pasar yang luas dan loyal. Keberadaan UMKM yang menerapkan prinsip halal *supply chain* tidak hanya meningkatkan nilai tambah ekonomi, tetapi juga memperkuat reputasi bisnis di tengah meningkatnya kesadaran konsumen global terhadap pentingnya produk halal (Wilson & Liu, 2010; Ali, Tan, & Ismail, 2017).

Penerapan *halal supply chain management* pada sektor kuliner UMKM menjadi kunci untuk menjamin keamanan produk, meningkatkan kualitas, serta membangun kepercayaan konsumen. Setiap tahapan, mulai dari persiapan bahan baku, pengolahan, hingga distribusi, harus dilakukan sesuai syariat Islam agar terhindar dari praktik yang meragukan. Konsumen Muslim pada khususnya sangat memperhatikan kehalalan produk, sementara konsumen non-Muslim cenderung melihatnya sebagai jaminan kualitas dan kebersihan produk (Tieman & Ghazali, 2013). Dengan demikian, halal *supply chain* berfungsi ganda, yakni menjaga dimensi religius sekaligus memperkuat aspek bisnis.

Kepercayaan konsumen merupakan salah satu faktor kunci yang memengaruhi loyalitas terhadap produk. Studi internasional menunjukkan bahwa labelisasi halal yang disertai dengan penerapan *supply chain* yang konsisten dapat meningkatkan kepercayaan, baik di pasar domestik maupun global (Rezai, Mohamed, & Shamsudin, 2012; Soon, Chandia, & Regenstein, 2017). Dalam era perdagangan bebas, jaminan halal tidak hanya dipandang sebagai kewajiban syariah, melainkan juga sebagai strategi pemasaran yang efektif untuk memperluas pasar dan menciptakan diferensiasi produk. Oleh sebab itu, integrasi halal *supply*

chain dengan strategi pemasaran UMKM menjadi faktor strategis dalam memperkuat daya saing.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis penerapan *halal supply chain* dalam meningkatkan kepercayaan konsumen pada produk *Lumpia Merdeka* di Jombang. Tujuan utama penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi sejauh mana prinsip *halal* diterapkan dalam setiap tahapan rantai pasok, serta mengevaluasi kontribusinya terhadap peningkatan kepercayaan dan loyalitas konsumen.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis deskriptif kualitatif, yang bertujuan mengungkap fenomena penerapan *halal supply chain* dalam meningkatkan kepercayaan konsumen pada produk *Lumpia Merdeka* di Jombang secara holistik dan kontekstual. Pendekatan ini dipilih karena mampu menggali makna, proses, serta perspektif subjek penelitian secara mendalam melalui interaksi langsung di lapangan. Data dikumpulkan dengan teknik wawancara mendalam kepada pemilik usaha, observasi langsung di lokasi produksi, serta dokumentasi untuk melengkapi informasi yang diperoleh. Peneliti berperan sebagai instrumen utama dalam proses pengumpulan data dengan tetap memperhatikan prinsip keterpercayaan (*trustworthiness*) melalui triangulasi sumber dan teknik. Analisis data dilakukan secara induktif dengan tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan, sehingga mampu menghasilkan gambaran deskriptif yang akurat mengenai konsistensi penerapan prinsip *halal* dalam rantai pasok *Lumpia Merdeka* serta implikasinya terhadap kepercayaan konsumen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Implementasi Halal Supply Chain dalam Proses Produksi

Penerapan *halal supply chain* pada *Lumpia Merdeka* Jombang terlihat nyata pada tahapan awal proses produksi yang dimulai dari pemilihan bahan baku. Pemilik usaha memastikan semua bahan, seperti daging ayam, sayuran, bumbu, dan minyak goreng, diperoleh dari pemasok yang memiliki sertifikat *halal* resmi. Prinsip ini sejalan dengan temuan Ali, Tan, & Ismail (2017) yang menegaskan bahwa pemilihan pemasok *halal* merupakan tahap paling kritis dalam menjaga integritas rantai pasok *halal*. Pengawasan yang ketat sejak awal membantu mencegah kemungkinan terjadinya kontaminasi silang antara produk *halal* dan non-*halal*.

Pengelolaan bahan baku di *Lumpia Merdeka* dilakukan dengan sistem penyimpanan terpisah yang terlabel dengan jelas, sehingga meminimalkan risiko tercampurnya bahan *halal* dengan non-*halal*. Proses ini didukung teori Tieman (2011) yang menyebutkan bahwa segregasi bahan merupakan prinsip utama dalam *halal supply chain management*. Dengan langkah ini, pemilik usaha tidak hanya menjaga kualitas produk, tetapi juga membangun kepercayaan konsumen terhadap komitmen *halal* yang mereka terapkan.

Proses produksi Lumpia Merdeka melibatkan tenaga kerja yang telah diberikan pelatihan mengenai standar halal dan kebersihan. Para pekerja diwajibkan menggunakan perlengkapan pelindung diri seperti sarung tangan, celemek, dan penutup kepala. Kondisi ini memperlihatkan keselarasan dengan prinsip *halalan thayyiban*, yaitu halal sekaligus baik, sebagaimana ditekankan oleh Shafie & Othman (2006). Dengan demikian, tidak hanya aspek kehalalan yang dijaga, tetapi juga aspek higienitas dan kualitas produk.

Selain itu, proses pencucian bahan dilakukan menggunakan air bersih yang mengalir dan peralatan yang dicuci berkala. Observasi lapangan menunjukkan bahwa semua alat produksi dipisahkan untuk menghindari pencampuran dengan bahan non-halal. Hal ini sejalan dengan studi Bonne & Verbeke (2008) yang menekankan pentingnya prosedur higienitas dalam menjaga kredibilitas rantai pasok halal. Praktik ini memperkuat kepercayaan konsumen bahwa Lumpia Merdeka benar-benar berkomitmen menjaga prinsip halal.

Metode pengolahan Lumpia Merdeka dilakukan dengan teknik memasak tradisional yang sesuai syariat Islam, tanpa menggunakan bahan tambahan yang diragukan kehalalannya. Transparansi proses produksi yang terbuka bagi konsumen menjadi keunggulan usaha ini. Menurut penelitian Rezai, Mohamed, & Shamsudin (2012), keterbukaan informasi merupakan faktor penting yang meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk halal.

Proses produksi di Lumpia Merdeka juga memperhatikan aspek keamanan pangan. Setiap tahap dilaksanakan sesuai standar kebersihan sehingga produk tetap higienis hingga ke tangan konsumen. Hal ini sejalan dengan pendapat Soon, Chandia, & Regenstein (2017) bahwa integritas halal erat kaitannya dengan keamanan pangan, sehingga kedua aspek tersebut harus berjalan beriringan.

Selain aspek teknis, pemilik usaha juga menerapkan pengawasan internal secara rutin untuk memastikan semua standar halal terpenuhi. Sistem audit internal ini mendukung penelitian Zailani et al. (2017) yang menunjukkan bahwa keberhasilan rantai pasok halal dipengaruhi oleh sistem pengawasan yang berkesinambungan. Dengan pengawasan ini, konsumen semakin yakin bahwa Lumpia Merdeka serius menjaga integritas halal.

Dari perspektif konsumen, penerapan proses produksi halal di Lumpia Merdeka menciptakan persepsi positif terhadap produk. Konsumen merasa lebih aman mengonsumsi produk yang jelas proses kehalalannya. Hal ini sesuai dengan teori *consumer trust* yang dikemukakan oleh Wilson & Liu (2010), bahwa kepercayaan tumbuh melalui konsistensi produsen dalam menerapkan standar yang diakui. Keberhasilan Lumpia Merdeka dalam menerapkan prinsip halal pada tahap produksi mencerminkan pentingnya kolaborasi antara produsen dan konsumen dalam membangun ekosistem halal. Produsen wajib menjaga standar, sementara konsumen memberikan pengakuan dalam bentuk loyalitas. Dengan demikian, siklus kepercayaan dapat tercipta secara berkelanjutan.

Keseluruhan proses produksi menunjukkan bahwa Lumpia Merdeka telah menginternalisasi prinsip halal bukan hanya sebagai kewajiban agama, melainkan juga strategi bisnis. Hal ini memperkuat hasil penelitian internasional yang

menyebutkan bahwa halal supply chain memberikan nilai tambah ekonomi sekaligus memperluas pangsa pasar produk (Wilson & Liu, 2010; Tieman & Ghazali, 2013).

Distribusi Produk dan Jaminan Kehalalan

Tahapan distribusi menjadi aspek krusial dalam halal supply chain karena menyangkut pengiriman produk dari produsen hingga ke tangan konsumen. Lumpia Merdeka menerapkan sistem distribusi higienis dengan menggunakan kemasan tertutup rapat untuk menghindari kontaminasi eksternal. Menurut penelitian Ali et al. (2017), distribusi halal harus memperhatikan aspek *traceability* agar konsumen yakin terhadap kehalalan produk. Dengan pengemasan yang tepat, risiko kontaminasi silang dapat diminimalisasi.

Distribusi dilakukan langsung oleh pihak usaha maupun mitra terpercaya yang telah diberikan arahan terkait standar halal. Hal ini sesuai dengan konsep *halal assurance system* yang dikemukakan Tieman (2011), di mana semua pihak yang terlibat dalam rantai pasok harus memahami dan menerapkan prinsip halal. Upaya ini memperkuat kontrol produsen terhadap kualitas produk selama proses distribusi. Kemasan yang digunakan juga menjadi bagian dari strategi menjaga integritas produk. Penggunaan kemasan modern dengan material food grade mencerminkan standar keamanan dan kebersihan. Penelitian Soon et al. (2017) menunjukkan bahwa persepsi konsumen terhadap kehalalan sering dipengaruhi oleh tampilan dan higienitas kemasan. Oleh karena itu, pemilihan kemasan yang sesuai mendukung reputasi halal produk.

Sistem distribusi Lumpia Merdeka tidak hanya berfokus pada aspek teknis, tetapi juga pada transparansi informasi. Produsen secara terbuka memberikan informasi mengenai bahan baku dan proses distribusi kepada konsumen. Menurut Rezai et al. (2012), transparansi adalah elemen penting dalam membangun *consumer confidence*, terutama pada produk halal yang memiliki standar ketat.

Observasi lapangan menunjukkan bahwa distribusi Lumpia Merdeka dilakukan dengan kendaraan bersih yang tidak digunakan untuk mengangkut produk non-halal. Hal ini sesuai dengan temuan Zailani et al. (2017) yang menegaskan bahwa logistik halal harus menghindari penggunaan sarana transportasi campuran agar tidak terjadi kontaminasi silang. Praktik ini menjadi bukti nyata komitmen produsen terhadap integritas halal.

Selain itu, sistem distribusi mempertimbangkan aspek kecepatan pengiriman agar produk tetap segar ketika sampai ke konsumen. Kecepatan pengiriman berhubungan langsung dengan kualitas produk, sehingga semakin meningkatkan kepercayaan konsumen. Bonne & Verbeke (2008) menekankan bahwa kualitas sensori produk juga memengaruhi tingkat penerimaan konsumen terhadap produk halal.

Loyalitas konsumen terhadap Lumpia Merdeka diperkuat dengan pengalaman distribusi yang nyaman. Konsumen merasa puas karena produk tiba dengan kondisi baik, bersih, dan terjaga kehalalannya. Menurut Wilson & Liu

(2010), pengalaman positif konsumen dalam setiap tahap rantai pasok merupakan fondasi dalam membangun loyalitas jangka panjang.

Selain distribusi fisik, Lumpia Merdeka juga memanfaatkan media sosial untuk memberikan informasi terkait standar halal dan proses distribusi. Strategi komunikasi ini sesuai dengan penelitian Ali et al. (2017), yang menekankan bahwa keterlibatan konsumen melalui media digital dapat memperkuat kepercayaan dan memperluas pasar produk halal.

Keberhasilan sistem distribusi halal Lumpia Merdeka menunjukkan pentingnya integrasi antara aspek logistik, keamanan, dan komunikasi. Konsumen tidak hanya membeli produk, tetapi juga memperoleh keyakinan bahwa proses distribusi dilakukan sesuai prinsip halal. Dengan demikian, distribusi halal menjadi faktor penting dalam menciptakan keunggulan kompetitif UMKM halal di pasar. Secara keseluruhan, distribusi halal yang diterapkan Lumpia Merdeka mencerminkan praktik terbaik dalam industri halal global. Dengan menjaga konsistensi dan transparansi, usaha ini mampu meningkatkan kepercayaan konsumen dan memperkuat posisinya sebagai produk halal yang kredibel di pasar lokal maupun nasional.

Dampak Penerapan Halal Supply Chain terhadap Kepercayaan Konsumen

Penerapan halal supply chain secara menyeluruh terbukti memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan kepercayaan konsumen. Wawancara dengan konsumen menunjukkan bahwa mayoritas merasa lebih aman dan nyaman mengonsumsi Lumpia Merdeka karena adanya jaminan halal. Hal ini sesuai dengan teori *consumer trust* yang menyatakan bahwa kepercayaan tumbuh melalui konsistensi perilaku produsen dalam memenuhi janji kualitas (Wilson & Liu, 2010).

Kepercayaan konsumen juga dipengaruhi oleh keterbukaan informasi yang diberikan oleh produsen. Konsumen mengapresiasi transparansi proses produksi dan distribusi yang dijalankan. Penelitian Rezai et al. (2012) menegaskan bahwa keterbukaan informasi merupakan salah satu faktor utama yang memengaruhi keputusan pembelian produk halal. Selain itu, penerapan prinsip halal supply chain meningkatkan persepsi konsumen terhadap reputasi bisnis. Konsumen menilai Lumpia Merdeka tidak hanya menjual produk makanan, tetapi juga menjual komitmen terhadap nilai-nilai Islam. Hal ini sejalan dengan penelitian Tieman & Ghazali (2013) yang menyatakan bahwa halal supply chain memberikan diferensiasi nilai bagi produsen di pasar kompetitif.

Konsistensi penerapan standar halal juga berkontribusi terhadap loyalitas konsumen. Mereka tidak hanya melakukan pembelian ulang, tetapi juga merekomendasikan produk kepada keluarga dan teman. Studi Soon et al. (2017) menekankan bahwa loyalitas konsumen terhadap produk halal terbentuk ketika mereka percaya bahwa produsen benar-benar menjaga integritas halal.

Dari perspektif pemasaran, penerapan halal supply chain memberikan keuntungan strategis dalam memperluas pasar. Produk halal kini tidak hanya diminati konsumen Muslim, tetapi juga konsumen non-Muslim yang melihatnya sebagai simbol kualitas dan kebersihan. Hal ini mendukung penelitian Bonne &

Verbeke (2008) yang menemukan bahwa produk halal memiliki daya tarik lintas agama. Dampak positif juga terlihat dari meningkatnya reputasi usaha di mata masyarakat. Lumpia Merdeka dipersepsikan sebagai UMKM yang konsisten menjaga standar halal, sehingga mendapatkan pengakuan lebih luas. Penelitian Zailani et al. (2017) menunjukkan bahwa reputasi bisnis meningkat seiring dengan keberhasilan penerapan supply chain halal.

Secara ekonomi, penerapan halal supply chain memperkuat daya saing UMKM. Konsumen yang percaya pada integritas halal lebih cenderung loyal, sehingga pendapatan usaha menjadi stabil. Menurut Ali et al. (2017), supply chain halal dapat dijadikan strategi untuk menciptakan keberlanjutan bisnis di sektor UMKM. Kepercayaan konsumen yang terbangun juga memberikan dampak sosial, yaitu peningkatan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya produk halal. Hal ini memperlihatkan bahwa Lumpia Merdeka tidak hanya menjalankan bisnis, tetapi juga berkontribusi dalam edukasi konsumen mengenai kehalalan produk.

Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa penerapan halal supply chain bukan hanya sekadar strategi kepatuhan syariah, melainkan strategi bisnis yang berorientasi pada keberlanjutan. Dengan mengintegrasikan aspek religius dan ekonomi, UMKM mampu menghadirkan produk yang bernilai ganda bagi konsumen. Dengan demikian, penerapan halal supply chain di Lumpia Merdeka terbukti efektif dalam meningkatkan kepercayaan konsumen, memperkuat loyalitas, dan membangun reputasi bisnis. Hal ini sejalan dengan tren global bahwa industri halal akan menjadi sektor strategis dalam perekonomian dunia (Wilson & Liu, 2010; Ali et al., 2017).

SIMPULAN

Kesimpulan, penerapan *halal supply chain* pada produk Lumpia Merdeka Jombang terbukti dijalankan secara komprehensif mulai dari tahap pemilihan bahan baku, proses produksi, hingga distribusi dengan standar higienitas yang konsisten sesuai prinsip syariah, sehingga mampu membangun kepercayaan dan loyalitas konsumen. Dengan pendekatan kualitatif, penelitian ini menunjukkan bahwa segregasi bahan halal, pengawasan produksi yang ketat, penggunaan kemasan higienis, serta transparansi informasi merupakan faktor kunci dalam menjaga integritas halal produk. Keberhasilan ini sejalan dengan temuan penelitian internasional yang menegaskan bahwa konsistensi penerapan rantai pasok halal tidak hanya memperkuat kepercayaan konsumen Muslim, tetapi juga meningkatkan reputasi bisnis di mata konsumen non-Muslim yang memandang halal sebagai simbol kualitas dan keamanan pangan (Ali et al., 2017; Soon, Chandia, & Regenstein, 2017). Oleh karena itu, penerapan halal supply chain dapat diposisikan bukan hanya sebagai kewajiban normatif keagamaan, melainkan juga strategi bisnis berkelanjutan yang mampu meningkatkan daya saing UMKM di pasar domestik maupun global.

UCAPAN TERIMAKASIH

Peneliti ucapkan terimakasih kepada dosen pembimbing Ibu Naili El Muna yang selalu memberi arahan sehingga penelitian ini berjalan dengan baik. Dan peneliti mengucapkan terimakasih kepada pemilik usaha Lumpia Merdeka Jombang yang berkenan untuk melakukan penelitian. Dan selanjutnya peneliti mengucapkan terimakasih pada Jurnal QOSIM yang telah membantu melakukan publikasi penelitian ini sehingga hasil penelitian ini dapat dinikmati oleh masyarakat secara gratis.

DAFTAR RUJUKAN

- Adinugraha, H. H., & Sartika, M. (2019). Halal lifestyle di Indonesia. *An-Nisbah: Jurnal Ekonomi Syariah*, 6(1), 57–81. <https://doi.org/10.21274/an.2019.6.1.57-81>
- Ali, M. H., Tan, K. H., & Ismail, M. D. (2017). A supply chain integrity framework for halal food. *British Food Journal*, 119(1), 20–38. <https://doi.org/10.1108/BFJ-07-2016-0345>
- Alfarizi, M. (2023). Peran sertifikasi halal dan kepatuhan praktik halal terhadap kinerja bisnis berkelanjutan: Investigasi pemodelan empiris sektor UMKM kuliner nusantara. *Harmoni*, 22(1), 93–116.
- Anggraini, W., Permatasari, B., & Putri, A. D. (2023). Pengaruh online customer review, online customer rating, dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian di TikTok Shop pada masyarakat Kota Bandar Lampung. *Jurnal Technobiz*, 6(2), 2655–3457.
- 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(1), 293–301.
- Bonne, K., & Verbeke, W. (2008). Muslim consumer trust in halal meat status and control in Belgium. *Meat Science*, 79(1), 113–123. <https://doi.org/10.1016/j.meatsci.2007.08.007>
- Cahyadi, N., Soelistya, D., & Respati, P. P. (2024). Pendampingan sertifikasi halal self declare pada usaha mikro, kecil dan menengah UD. Akar Pulung. *DedikasiMU: Journal of Community Service*, 6(1).
- Darfaz, M. I., Kurniansyah, D., & Febriantini, K. (2023). Tantangan UMKM Indonesia dalam menghadapi pasar bebas ASEAN. *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan)*, 7(2), 1734–1741.
- Firdaus, F., & Safitri, W. (2023). Analisis halal supply chain serta pengaruhnya terhadap performance UMKM makanan di Kabupaten Bekasi. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi)*, 9(4), 1101–1112.
- Kristiana, B. V., Indrasari, A., & Giyanti, I. (2020). Halal supply chain management dalam optimalisasi penerapan sertifikasi halal UMKM. *Performa: Media Ilmiah Teknik Industri*, 19(2), 113–120. <https://doi.org/10.20961/performa.19.2.46379>
- Manurung, R. A., Rahmanda, V., & Aisyah, S. (2022). Analisis halal supply chain management produk kosmetik halal terhadap tingkat kepuasan remaja di

- Kota Medan. *Ekonomi Bisnis Manajemen dan Akuntansi (EBMA)*, 3(1), 457–463.
- Mulyono, A., & Hidayat, Y. R. (2022). Implementasi kebijakan sertifikasi halal di Indonesia. *Res Publica: Journal of Social Policy Issues*, 1(1), 1–10.
- Rezai, G., Mohamed, Z., & Shamsudin, M. N. (2012). Non-Muslim consumers' understanding of halal principles in Malaysia. *Journal of Islamic Marketing*, 3(1), 35–46. <https://doi.org/10.1108/17590831211206572>
- Salam, D. A. (2022). Implementasi jaminan produk halal melalui sertifikasi halal pada produk makanan dan minuman UMKM di Kabupaten Sampang. *Qawwam: The Leader's Writing*, 3(1), 10–20.
- Shafie, S., & Othman, M. N. (2006). Halal certification: An international marketing issues and challenges. *Proceedings of the International IFSAM VIIIth World Congress*.
- Shafie, A., Nazri, M. A., & Hussin, H. (2019). Makanan halal menurut perspektif Islam dan kepentingan pelabelan. *BITARA International Journal of Civilizational Studies and Human Sciences*, 2(3), 70–84.
- Soon, J. M., Chandia, M., & Regenstein, J. M. (2017). Halal integrity in the food supply chain. *British Food Journal*, 119(1), 39–51. <https://doi.org/10.1108/BFJ-04-2016-0150>
- Sumardi, Y. R. (2022). Analisis implementasi halal supply chain management pada industri pengolahan makanan (Studi kasus: Mumubutikue Medan) (Doctoral dissertation). Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
- Syatar, A., Rifaldi, R., Bakry, M., Mustafa, Z., & Asti, M. J. (2023). Pencantuman labelisasi halal bagi kepercayaan konsumen perspektif masalah mursalah. *KALOSARA: Family Law Review*, 2(2), 84. <https://doi.org/10.31332/kalosara.v2i2.4376>
- Tieman, M. (2011). The application of halal in supply chain management: In-depth interviews. *Journal of Islamic Marketing*, 2(2), 186–195. <https://doi.org/10.1108/17590831111139893>
- Tieman, M., & Ghazali, M. C. (2013). Principles in halal purchasing. *Journal of Islamic Marketing*, 4(3), 281–293. <https://doi.org/10.1108/JIMA-01-2012-0004>
- Wilson, J. A. J., & Liu, J. (2010). Shaping the halal into a brand? *Journal of Islamic Marketing*, 1(2), 107–123. <https://doi.org/10.1108/17590831011055851>
- Warto, W., & Samsuri, S. (2020). Sertifikasi halal dan implikasinya bagi bisnis produk halal di Indonesia. *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking*, 2(1), 98–112.
- Zailani, S., Arrifin, Z., Wahid, N. A., Othman, R., & Fernando, Y. (2017). Halal logistics. *Journal of Islamic Marketing*, 8(1), 1–16. <https://doi.org/10.1108/JIMA-02-2015-0014>