

INDIKATOR HALAL DALAM INDUSTRI *HALAL FASHION*

M. Dliyaul Muflihini, M.E¹

Sekolah Tinggi Ekonomi Islam Kanjeng Sepuh Sidayu Gresik

E-mail:dliya@steikassi.ac.id

Abstrak:

Perkembangan industri keuangan memasuki babak baru yaitu ditandai berkembangnya industri halal, salah satunya adalah industri *halal fashion*, menurut *Global Islamic Economy Report 2017/2018* dengan mayoritas penduduk muslim terbesar di dunia Indonesia masih kalah dengan negara tetangga seperti Malaysia yang sudah memulai mengembangkan industri *halal fashion* terlebih dahulu. Oleh karena itu diperlukan indikator *halal fashion* agar bisa bersaing dengan negara tersebut dan tetap dalam jalur kehalalannya.

Penelitian ini bertujuan untuk menjawab rumusan masalah, yaitu: bagaimana konstruksi indikator halal dalam perkembangan industri halal *fashion*, data penelitian ini dihimpun dari literatur-literatur dan hasil wawancara secara langsung dengan pihak yang terkait dengan masalah penelitian yaitu MUI Jatim, PWNU Jatim dan PW Aisyiyah Jatim dan selanjutnya dianalisis dengan metode analisis deskriptis analitis.

Dari hasil penelitian yang dilakukan pada beberapa sumber sebagai narasumber, peneliti menemukan indikator yang mengatur *halal fashion*, antara lain: a) Memastikan bahan baku yang di pakai adalah bahan baku halal. b) Dalam proses produksi tidak boleh tercampur barang-barang yang haram. c) Setelah proses produksi selesai, jika ada masa penyimpanan produk tersebut harus disimpan di dalam tempat yang terpisah dengan barang-barang yang haram/najis. d) Distribusi produksi harus berdasarkan prinsip kemaslahatan dan keadilan.

Kata Kunci: *Halal Life Style, Industri Halal Fashion, Ekonomi Syariah SAUJANA*

Pendahuluan

Industri halal kini sudah dikembangkan di negara-negara Asia, seperti negara Thailand yang telah mengukuhkan diri sebagai dapur halal dunia, meskipun presentase penduduk muslim Thailand sebesar 5 persen, sementara itu, Australia telah memproduksi dan mengeksport daging sapi halal. Korea Selatan yang terkenal dengan industri kecantikannya juga merajai industri kosmetik halal dunia. Adapun negara China adalah negara yang mendominasi industri tekstil halal.²

Jika melihat populasi muslim dan penduduk muslim di Indonesia pada tahun 2000 mencapai 205,266,773 jiwa dan terbanyak se-Asia Tenggara dan akan terus meningkat setiap tahunnya. Adapun penduduk muslim terbanyak di Asia bagian barat daya yaitu Pakistan, mencapai 178,253,811 jiwa. Sedangkan jumlah penduduk muslim di China mencapai 54,439,473 jiwa yang merupakan negara dengan penduduk muslim terbanyak di

¹Dosen STEI Kanjeng Sepuh Sidayu Gresik

²Sakina Rakhma Diah Setiawan, "Negara Mana yang Rajai Industri Halal Dunia?", *Kompas.com*, dalam <http://ekonomi.kompas.com/read/2017/11/08/205641726/negara-mana-yang-rajai-industri-halal-dunia> (diakses pada 08 Januari 2018)

Asia bagian Timur.³ Jika jumlah populasi penduduk muslim di Indonesia dibandingkan dengan penduduk muslim negara-negara di Asia maka penduduk Muslim Indonesia adalah penduduk muslim terbanyak se-Asia. Data tersebut bisa dilihat pada tabel 1.

Tabel 1
Populasi Muslim Asia Tenggara⁴

Negara	Populasi	Muslim%	Muslims	APGR%
Brunei[UN](1991)	407,297	67.17	273,581	1.904
kambodja[KH](2008)	15,048,610	1.92	288,933	1.643
Indonesia[UN](2000)	232,676,007	88.22	205,266,773	1.179
Laos[LA](2005)	6,434,702	0.02	1,287	1.808
Malaysia[UN](2000)	27,936,164	60.36	16,862,268	1.705
Myanmar[DOS] (Burma)	50,454,947	10.00	5,045,495	0.870
Philipina[UN](2000)	93,652,595	5.06	4,738,821	1.815
Singapura[UN](2000)	4,855,632	14.90	723,489	2.507
Thailand[UN](2000)	68,207,210	4.56	3,110,249	0.654
Timor-Leste[TL](2004) (East Timor)	1,171,331	0.32	3,748	3.329
Vietnam[VN](1999)	89,077,289	0.08	71,262	1.145
Total	589,921,784	40.07	236,385,907	1.247

Selanjutnya data survey sensus penduduk Badan Pusat Statistik menyatakan bahwa, populasi penduduk Indonesia pada tahun 2010 sebesar 237,641,326 jiwa, dengan jumlah penduduk muslim mencapai 207,176,162 jiwa. Ini menunjukkan peningkatan jumlah penduduk muslim yang sebelumnya 205,266,773 menjadi 207,176,162. Ini berarti 87,18 persen dari total penduduk Indonesia adalah muslim.⁵

Jumlah penduduk muslim seperti pada data di atas merupakan pangsa pasar industri-industri halal, jika pasar tersebut dikembangkan maka negara Indonesia akan menjadi sentral industri-industri halal. Secara tidak langsung, populasi tersebut menunjukkan bahwa tingginya permintaan domestik akan produk halal, hal ini perlu diperhatikan bukan hanya pada sisi merek tetapi juga bagaimana produk sampai ke tangan konsumen baik skala nasional maupun internasional.

Dalam perkembangannya, *halal life style* memuat beberapa industri yaitu *halal food, halal fashion, halal travel, halal cosmetics and pharmaceuticals, halal media and recreation, islamic finance*. Dalam sektor *halal fashion*, Indonesia menempati urutan pertama adalah negara-negara yang tergabung dalam Uni Emirat Arab, dan disusul oleh negara Turki, Itali, Singapura, Prancis, China, Malaysia, India, Srilanka dan Maroko. Negara-negara tersebut mempunyai populasi muslim minoritas, tetapi bisa mendominasi sektor *halal fashion*.⁶ Jika melihat populasi masyarakat muslim Indonesia, maka kenyataan tersebut tidak berbanding lurus dengan jumlah populasi masyarakat Indonesia yang mayoritas muslim terbesar.

³Houssain Kettaini, "2010 World Muslim Population", *Proceeding of the 8 Hawaii International Conference on Arts and Humanities*, (Honohulu Hawaii, January 2010), 50.

⁴Ibid., 5.

⁵Badan Pusat Statistik Republik Indonesia, "Sensus Penduduk 2010", dalam <http://sp2010.bps.go.id/index.php/site/tabel?tid=320&wid=0> (diakses pada 08 Januari 2018)

⁶The Answer Company Tomphson Reuters, "Global Islamic Economy Indicator 2017/2018", dalam <https://www.zawya.com/mena/en/ifg-publications/ifgRegister/231017085726C/>, 10. (diakses pada 6 Januari 2017)

Fashion secara umum di Indonesia akan terus berkembang, terbukti nilai ekspor produk *fashion* dalam negeri menunjukkan *trend* pertumbuhan positif sebesar 10,48 persen, yaitu dari US\$ 11,28 miliar pada 2012, menjadi US\$ 16,24 miliar hingga akhir 2016. Sementara itu, selama bulan Januari-Juni 2017, transaksi ekspor *fashion* yang sudah terbukukan sebesar US\$ 7,9 miliar atau setara Rp. 102,7 triliun (kurs Rp13 ribu). Negara tujuan ekspor produk-produk *fashion* Indonesia tersebut di antaranya, Amerika Serikat, Swiss, Jepang, Singapura, dan Jerman. Kemudian, Kementerian Perdagangan melihat produk songket berpotensi dikembangkan untuk memiliki nilai tambah dan bisa mendapat tempat di pasar global.⁷

Perkembangan yang signifikan tersebut menunjukkan bahwa industri *halal fashion* juga mengalami perkembangan. Hingga saat ini indikator industri *halal fashion* belum memiliki konstruksi indikatornya. Maka dari itu, diperlukan suatu peraturan atau indikator agar industri *halal fashion* tetap pada jalur kehalalannya. Indikator tentang industri *halal fashion* belum diatur secara spesifik. Di dalam al-Qur'an surat al-Baqarah ayat 168 Allah Berfirman:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ

Artinya:

“Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu.” (QS. al-Baqarah: 168)⁸

Ayat di atas hanya mengatur secara global tentang aturan dalam mengonsumsi suatu barang. Namun, perlu adanya aturan yang lebih spesifik, dikarenakan perkembangan industri *halal fashion* semakin pesat.

Sementara itu, dalam Pasal 1 Undang-undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal dijelaskan, produk adalah barang dan/atau jasa yang terkait dengan makanan, minuman, obat, kosmetik, produk kimiawi, produk biologi, produk rekayasa genetik, serta barang gunaan yang dipakai, digunakan, atau dimanfaatkan oleh masyarakat. Sedangkan pengertian produk halal yaitu produk yang telah dinyatakan halal sesuai dengan syariat Islam.⁹ Jadi belum adanya indikator yang spesifik menjelaskan batasan-batasan tentang industri *halal fashion*. Disinilah pentingnya penelitian ini dilakukan untuk mengkonstruksi atau mencari indikator industri *halal fashion*. Penelitian ini bertujuan untuk mrnjawab Bagaimana indikator halal dalam industri *halal fashion*? Oleh karena itu, penulis ingin meneliti tentang **Indikator Halal Dalam Industri *Halal Fashion***, sehingga industri *halal fashion* mempunyai indikator agar tetap pada jalur halal dalam produksinya.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, Teknik yang digunakan untuk menganalisis data yang sudah terkumpul adalah dengan metode deskriptif analitis dengan menggunakan pendekatan kualitatif.

Pengertian Halal dan Konsep Supply Chain Management

⁷Kementrian Perdagangan Republik Indonesia, “Nilai Ekspor Fesyen Meningkat Hingga US\$ 7,9 Miliar”, Dalam <http://www.kemendag.go.id/id/news/2017/08/30/nilai-ekspor-fesyen-meningkat-hingga-us79-miliar> (diakses pada 02 Februari 2018)

⁸Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Surabaya: MEKAR Surabaya, 2004), 32.

⁹Pasal 1 Undang-undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal.

Konsep Islam mengenai halal dan haram meliputi seluruh kegiatan ekonomi manusia, terutama yang berhubungan dengan produksi dan konsumsi, baik dalam hal kekayaan maupun makanan.¹⁰ Sebenarnya fondasi perekonomian Islam terletak pada konsep ini. Konsep halal dan haram memegang peranan amat penting baik dalam wilayah produksi maupun konsumsi, beberapa cara dan alat tertentu untuk mencari nafkah dan harta dinyatakan haram seperti bunga, suap, judi dan *game of chance*, spekulasi, pengurangan ukuran timbangan takaran. Cara dan alat mencari harta yang haram itu dengan tegas dilarang, dan seorang pemeluk agama Islam diperkenankan memilih yang halal dan jujur saja.¹¹ Halal berasal dari kata حَلَّ yang berarti melepaskan atau membebaskan.¹² Secara etimologi, kata halal berarti hal-hal yang boleh dan dapat dilakukan karena bebas atau tidak terikat dengan ketentuan-ketentuan yang melanggarnya. Dapat diartikan pula sebagai segala sesuatu yang bebas dari bahaya *duniawi* dan *ukhrawi*.¹³

Pengertian *pertama* menunjukkan bahwa kata halal menyangkut kebolehan menggunakan benda-benda atau apa saja untuk memenuhi kebutuhan fisik, termasuk di dalamnya makanan, minuman, obat-obatan. Pengertian *kedua* berkaitan dengan kebolehan memanfaatkan, memakan, meminum, dan mengerjakan sesuatu yang kesemuanya ditentukan berdasarkan *naş*. Sedangkan haram, secara etimologis adalah berarti sesuatu yang dilarang menggunakannya. Dalam istilah Hukum Islam haram bisa dipandang dari dua segi: *pertama*, dari segi batasan dan esensinya, dan *kedua*, dari segi bentuk dan sifatnya.¹⁴

Konsep Supply Chain Management (SCM)

Istilah *supply chain* dan *supply chain management* sudah menjadi jargon yang umum dijumpai di berbagai media baik majalah manajemen, buletin, koran, buku ataupun dalam diskusi-diskusi. Namun tidak jarang kedua term diatas di persepsikan secara salah. Banyak yang mengkonotasikan *supply chain* sebagai suatu software. Bahkan ada yang mempersepsikan bahwa *supply chain* hanya dimiliki oleh perusahaan manufaktur saja. Sebagai disiplin, *supply chain management* memang merupakan suatu disiplin ilmu yang relative baru.¹⁵

Saat ini *supply chain management* merupakan suatu topik yang hangat dan menarik untuk didiskusikan bahkan mengundang daya tarik yang luar biasa baik dari kalangan akademisi maupun praktisi. *Supply chain* dapat didefinisikan sebagai sekumpulan aktifitas Dalam *supply chain* ada beberapa pemain utama perusahaan yang mempunyai kepentingan yang sama, yaitu:¹⁶ 1) *Supplies*, 2) *Manufactures*, 3) *Distribution*, 4) *Retail Outlet*, 5) *Customers*.

1. Chain 1: Supplier

Jaringan bermula dari sini, yang merupakan sumber yang menyediakan bahan pertama, dimana rantai penyaluran baru akan mulai. Bahan pertama ini bisa dalam bentuk bahan baku, bahan mentah, bahan penolong, barang dagangan, suku cadang dan lain-lain.¹⁷

¹⁰Muhammad Sharif Chaudhry, *Sistem Ekonomi Islam: Prinsip Dasar* (Jakarta: Kencana, 2016), 148.

¹¹Ibid., 9.

¹²Ahmad Warson Munawwir, *Al-Munawwir: Kamus Arab Indonesia* (Surabaya: Pustaka Progresif, 1997), 291.

¹³Ghufron A. Mas'adi, *Ensiklopedi Islam* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1999), 199.

¹⁴Sucipto, "Halal dan Haram Menurut al-Ghazali dalam Kitab Mau'idotul Mu'minin", *Asas*, Vol. 4 No. 1, (Januari: 2012), 2.

¹⁵Sariyun Naja Anwar, "Manajemen Rantai Pasokan (Supply Chain Management) Konsep dan Hakikat", *Jurnal Dinamika Informatika*, Vol. 3 No. 2, (2011), 1.

¹⁶Ibid., 2.

¹⁷Ibid., 2.

2. *Chain 1 – 2 – 3 : Supplier-Manufactures-Distribution*

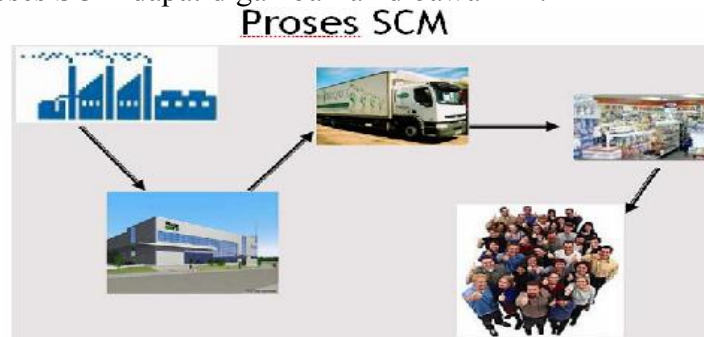
Barang yang sudah dihasilkan oleh manufactures sudah mulai harus disalurkan kepada pelanggan. Walaupun sudah tersedia banyak cara untuk menyalurkan barang kepada pelanggan, yang umum adalah melalui distributor dan ini biasanya ditempuh oleh sebagian besar supply chain.¹⁸

3. *Chain 1 – 2 – 3 – 4 : Supplier-Manufactures-Distribution-Retail Outlet*

Pedagang besar biasanya mempunyai fasilitas gudang sendiri atau dapat juga menyewa dari pihak lain. Gudang ini digunakan untuk menyimpan barang sebelum disalurkan lagi ke pihak pengecer. Disini ada kesempatan untuk memperoleh penghematan dalam bentuk jumlah inventoris dan biaya gudang dengan cara melakukan desain kembali pola pengiriman barang baik dari gudang manufacture maupun ke toko pengecer.¹⁹

4. *Chain 1 – 2 – 3 – 4 – 5 : Supplier-Manufactures-Distribution-Retail Outlet-Costumer.*

Para pengecer atau retailer menawarkan barang langsung kepada para pelanggan atau pembeli atau pengguna barang langsung. Yang termasuk retail outlet adalah toko kelontong, supermarket, warung-warung, dan lain-lain.²⁰ Secara sederhana pemain utama dalam proses SCM dapat digambarkan dibawah ini:



Gambar 1 Proses *Supply Chain Management*

Ada 3 macam hal yang harus dikelola dalam *supply chain* yaitu:

1. Pertama, aliran barang dari hulu ke hilir contohnya bahan baku yang dikirim dari supplier ke pabrik, setelah produksi selesai dikirim ke distributor, pengecer, kemudian ke pemakai akhir.²¹ Rantai Suplai Hulu (*Upstream supply chain*) meliputi aktivitas dari suatu perusahaan manufaktur dengan para penyalurannya (yang mana dapat manufaktur, *assembler/distribution center*, atau kedua-duanya) dan koneksi mereka kepada pada penyalur mereka (para penyalur *second-trier*). Hubungan para penyalur dapat diperluas kepada beberapa strata, semua jalan dari asal material (contohnya bijih tambang, pertumbuhan tanaman). Di dalam *upstream supply chain*, aktivitas yang utama adalah pengadaan. Manajemen Rantai Suplai Internal (*Internal supply chain management*) adalah bagian dari *internal supply chain* meliputi semua proses pemasukan barang ke gudang yang digunakan dalam mentransformasikan masukan dari para penyalur ke dalam keluaran organisasi itu. Hal ini meluas dari waktu masukan masuk ke dalam organisasi. Di dalam rantai suplai internal, perhatian yang utama adalah manajemen produksi, pabrikasi, dan pengendalian persediaan. Selanjutnya adalah segmen Rantai Suplai Hilir (*Downstream supply chain segment*), *downstream* (arah muara) *supply chain* meliputi semua aktivitas yang melibatkan pengiriman produk kepada pelanggan

¹⁸Ibid.

¹⁹Ibid.

²⁰Ibid.

²¹Ibid.

- akhir. Di dalam *downstream supply chain*, perhatian diarahkan pada distribusi, pergudangan, transportasi, dan *after-sales-service*.²²
2. Kedua, aliran uang dan sejenisnya yang mengalir dari hilir ke hulu dan,²³
 3. Ketiga adalah aliran informasi yang bisa terjadi dari hulu ke hilir atau sebaliknya.²⁴

Indikator Industri Halal

a. Proses Produksi yang Sesuai Syariat Islam

Produksi adalah kegiatan yang dilakukan manusia dalam menghasilkan suatu produk, baik barang atau jasa yang kemudian dimanfaatkan oleh konsumen. Pada saat kebutuhan manusia masih sedikit dan masih sederhana, kegiatan produksi dan konsumsi sering kali dilakukan sendiri, yaitu seseorang memproduksi untuk memenuhi kebutuhannya sendiri. Namun, seiring dengan semakin beragamnya kebutuhan dan keterbatasannya sumber daya, maka seseorang tidak dapat lagi memproduksi apa yang menjadi kebutuhannya tersebut.²⁵ Secara teknis produksi adalah proses mentransformasi input menjadi output, tetapi definisi produksi dalam pandangan ilmu ekonomi jauh lebih luas.

Menurut Khaf yang dikutip oleh Al-Arif mendefinisikan kegiatan produksi dalam perspektif Islam sebagai usaha manusia untuk memperbaiki tidak hanya kondisi fisik materialnya, tapi juga moralitas, sebagai sarana untuk mencapai tujuan hidup sebagaimana digariskan dalam agama yaitu kebahagiaan dunia akhirat.²⁶

Menurut Nasution definisi tentang produksi adalah aktivitas menciptakan manfaat dimasa kini dan mendatang. Disamping itu, pengertian produksi juga merujuk pada prosesnya yang mentransformasikan input menjadi output. Segala jenis input yang masuk pada proses produksi untuk menghasilkan output disebut faktor produksi.²⁷

Ilmu ekonomi menggolongkan faktor produksi ke dalam *capital* (termasuk di dalamnya adalah tanah, gedung, mesin-mesin, dan inventori/persediaan), *materials* (bahan baku pendukung, yakni semua yang dibeli perusahaan untuk menghasilkan output termasuk listrik, air dan bahan baku produksi, serta manusia (*labor*)).²⁸

Sistem ekonomi Islam yang bertujuan *maslahah* (kemaslahatan) bagi umat manusia merupakan pelaksanaan ilmu ekonomi yang dilaksanakan dalam praktek sehari-hari dalam rangka mengorganisasi faktor produksi, distribusi serta pemanfaatan barang dan jasa yang dihasilkan dengan tidak menyalahi al-Qur'an dan Sunnah sebagai acuan aturan perundangan dalam sistem perekonomian Islam.²⁹

Menurut Yusuf Qardhawi yang dikutip oleh Nasution, faktor produksi yang utama menurut al-Qur'an adalah alam dan kerja manusia. Produksi merupakan perpaduan harmonis antara alam dengan manusia. Firman Allah:

هُوَ أَنشَأَكُم مِّنَ الْأَرْضِ وَاسْتَعْمَرَكُمْ فِيهَا فَاسْتَغْفِرُوا لَهُ ثُمَّ تُوْبُوا إِلَيْهِ إِنَّ رَبِّي قَرِيبٌ مُّجِيبٌ

²²Agus Widyarto, "Peran Supply Chain Manajemen Dalam Sistem Produksi Dan Operasi Perusahaan", *BENEFIT Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Vol. 16 No. 2, (Desember: 2012), 93.

²³Sariyuni Naja Anwar, "Manajemen Rantai Pasokan...", 2.

²⁴Ibid.

²⁵M. Nur Rianto Al-Arif dan Euis Amalia, *Teori Mikroekonomi: Suatu Perbandingan Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional* (Jakarta: Kencana, 2010), 148.

²⁶Ibid., 150.

²⁷Mustafa Edwin Nasution dkk, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam* (Jakarta: Kencana, 2015), 108.

²⁸Ibid.

²⁹Muhammad Turmudi, "Produksi Dalam Perspektif Ekonomi Islam", *Islamadina*, Vol. XVIII No. 1, (Maret: 2017), 39.

Artinya:

“Dia telah menciptakan kamu dari bumi (tanah) dan menjadikan kamu pemakmurnya, karena itu mohonlah ampunan-Nya, kemudian bertobatlah kepada-Nya, Sesungguhnya Tuhanku amat dekat (rahmat-Nya) lagi memperkenankan (doa hamba-Nya)” (QS. Hūd: 61).³⁰

Jelaslah bahwa setiap kegiatan ekonomi manusia merupakan pemegang peranan penting termasuk dalam proses produksi. Manusia sebagai faktor produksi dalam pandangan Islam harus dilihat dari konteks manusia secara umum yakni sebagai khalifah Allah di bumi yang memiliki unsur rohani dan materi yang keduanya saling melengkapi. Karenanya unsur rohani tidak dapat dilepaskan dalam mengkaji proses produksi dalam hal bagaimana manusia memandang faktor-faktor produksi yang lain menurut cara pandang al-Qurān dan *hadith*.³¹ al-Qurān dan *hadith* memberikan arahan mengenai prinsip-prinsip produksi sebagai berikut:³²

1. Tugas manusia di muka bumi sebagai khalifah adalah memakmurkan bumi dengan ilmu dan amalnya. Allah menciptakan bumi karena sifat *rahmān dan rahīm*-Nya kepada manusia, oleh karena itu sifat tersebut harus melandasi dalam segala aktivitas produksi.
2. Segala bentuk produksi beserta kemajuannya yang didasarkan pada penggunaan metode ilmiah, penelitian, eksperimen tidak boleh lepas dari al-Qurān dan *hadith*.
3. Teknik produksi diserahkan sepenuhnya kepada manusia dan disesuaikan dengan kemampuannya. Seperti sabda Nabi: “Kalian lebih mengetahui urusan dunia kalian.”
4. Dalam berinovasi pada prinsipnya agama Islam menyukai kemudahan, menghilangkan kesulitan, menghindari *muḍarat* dan memaksimalkan manfaat.

Adapun kaidah-kaidah dalam berproduksi antara lain adalah:³³

1. Memproduksi barang dan jasa yang halal dan berasal dari bahan baku yang halal pada setiap produksi.
2. Mencegah kerusakan di muka bumi, termasuk memelihara keserasian, membatasi polusi, dan ketersediaan sumberdaya alam.
3. Produksi dimaksudkan untuk memenuhi kebutuhan individu dan masyarakat serta mencapai kemakmuran. Kebutuhan harus berdasarkan prioritas yang ditetapkan agama, terpeliharanya nyawa, akal, keturunan/kehormatan, serta untuk kemakmuran material.
4. Produksi dalam Islam tidak dapat dipisahkan dari tujuan kemandirian umat, untuk itu hendaknya umat memiliki berbagai kemampuan, keahlian, dan prasarana yang memungkinkan terpenuhinya kebutuhan siritual dan material.
5. Meningkatkan kualitas sumber daya manusia baik kualitas spiritual maupun fisik.

Sistem ekonomi Islam merupakan istilah untuk sistem ekonomi yang dibangun atas dasar-dasar dan tatanan al-Qurān dan al-Sunnah dengan tujuan *maslahah* (kemaslahatan) bagi umat manusia dengan memiliki empat prinsip yaitu tauhid, keseimbangan, kehendak bebas serta tanggung jawab. Prinsip produksi dalam Islam berarti menghasilkan sesuatu yang halal yang merupakan akumulasi dari semua proses

³⁰Departemen Agama RI, *Al-Qurān dan Terjemahnya*, 307.

³¹Ibid.

³²Ibid.

³³Ibid.

produksi. Prinsip produksi dalam ekonomi Islam bertujuan untuk kemaslahatan dan kebahagiaan dunia dan akhirat, sehingga kegiatan produksi harus dilandasi nilai-nilai Islam dan sesuai dengan *maqāshid al-syariah*. Tidak memproduksi barang/jasa yang bertentangan dengan penjagaan terhadap agama, jiwa, akal, keturunan dan harta, prioritas produksi harus sesuai dengan prioritas kebutuhan yaitu *dharuriyyat*, *hajiyyat* dan *tahsiniyat*, kegiatan produksi harus memperhatikan aspek keadilan, sosial, zakat, sedekah, infak dan wakaf, mengelola sumber daya alam secara optimal, tidak boros, tidak berlebihan serta tidak merusak lingkungan, distribusi keuntungan yang adil antara pemilik dan pengelola, manajemen dan karyawan.³⁴

b. Penyimpanan Produk Atau Bahan Baku Halal

Bahan atau produk halal yang disimpan pada tempat penyimpanan atau rak penyimpanan tidak boleh tercampur dengan bahan atau produk haram, harus dipisahkan, apalagi penyimpanannya pada ruangan dingin, jika penyimpanannya tercampur dalam satu ruangan dingin, ini akan berakibat pada tercampurnya unsur yang akan dibawa oleh suhu dingin.³⁵

c. Distribusi Produk yang Sesuai Syariah

Dalam kamus bahasa Indonesia, pengertian distribusi adalah pembagian pengiriman barang-barang kepada orang banyak atau ke beberapa tempat.³⁶ Untuk itu perlu halnya pemahaman tentang saluran distribusi yang tepat dalam sebuah usaha. Saluran distribusi adalah saluran yang digunakan oleh produsen untuk menyalurkan produk sampai ke konsumen atau berbagai aktivitas perusahaan yang mengupayakan agar produk sampai ketangan konsumen.³⁷

Dalam perspektif ekonomi Islam distribusi memiliki makna yang luas, yaitu mencakup pengaturan kepemilikan, unsur-unsur produksi dan sumber-sumber kekayaan. Oleh karena itu, distribusi merupakan permasalahan utama dalam Ekonomi Islam, karena distribusi memiliki hubungan erat dengan tingkat kesejahteraan suatu masyarakat. Adapun kesejahteraan dalam Ekonomi Islam diukur berdasarkan prinsip pemenuhan kebutuhan setiap individu masyarakat, bukan atas dasar penawaran dan permintaan, pertumbuhan Ekonomi, cadangan devisa, nilai mata uang ataupun indeks harga-harga di pasar non-riil, sebagaimana dialami dalam sistem Ekonomi Kapitalisme. Hal ini juga dipengaruhi oleh pandangan para ekonom kapitalis tentang masalah utama dalam ekonomi, yaitu produksi.³⁸

Islam memandang bahwa “pemahaman materi merupakan segalanya bagi kehidupan” adalah merupakan pemahaman yang keliru, sebab manusia selain memiliki dimensi material juga memiliki dimensi non-material (spiritual). Dalam ekonomi Islam, kedua dimensi tersebut (material dan spiritual) termasuk didalamnya, sebagaimana tercermin dari nilai dasar (*value based*) yang terangkum dalam empat aksioma yaitu kesatuan/Tauhid (*unity*), keseimbangan (*equilibrium*), kehendak bebas (*free will*) dan tanggung jawab (*responsibility*).³⁹

³⁴Muhammad Turmudi, “Produksi Dalam Perspektif Ekonomi Islam”, 54.

³⁵Marco Tieman dkk, “Principle in Halal Supply Chain Management”, *Journal of Islamic Marketing*, Vol. 3 No. 3, (Juni: 2012), 232.

³⁶Dessy Anwar, *Kamus Bahasa Indonesia* (Surabaya: Karya Abditama, 2001), 125.

³⁷M. Fuad, *Pengantar Bisnis* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2006), 129.

³⁸Kunarjo, *Glosarium Ekonomi, Keuangan dan Pembangunan* (Jakarta: Universitas Indonesia Press, 2003), 81.

³⁹Syed Nawab Haider Naqvi, *Menggagas Ilmu Ekonomi Islam* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2003), 37.

d. Pemasaran yang Sesuai Syariah

Pemasaran dalam al-Qurān meliputi tiga unsur, yaitu: *Pertama* adalah pemasaran beretika, Pemasaran dapat dikatakan beretika ketika memenuhi dua unsur utama yaitu bersikap lemah lembut dan sopan santun, promosi harus menggunakan kata-kata yang lembut dan sopan santun. Seorang pelaku bisnis harus bersikap ramah dalam melakukan promosi. Orang yang beriman diperintahkan untuk bermurah hati, sopan dan bersahabat saat melakukan praktik bisnis dengan sesama manusia. al-Qurān memberikan aturan kepada umat Islam untuk berlaku sopan kehidupan sehari-hari sekalipun kepada orang-orang yang kurang cerdas.⁴⁰

Kedua adalah pemasaran profesional, Pemasaran yang profesional dalam al-Qurān harus memenuhi beberapa unsur di antaranya: bersikap adil dalam berpromosi. Perilaku curang, adanya unsur *gharar* atau kebohongan, manipulasi, dan mencampuradukkan kebenaran dengan kebathilan, baik dalam menerangkan spesifikasi barang dagangan memberitahukan harga atau banyaknya pemesanan sering kali merusak citra bisnis di berbagai wilayah. Realitas ini bertolak belakang dengan etika pemasaran Islam yang mengutamakan prinsip kejujuran.⁴¹ Berikutnya adalah bersikap adil terhadap orang lain walaupun mereka adalah orang non-muslim, sehingga konsep *rahmatan lil ‘alamin* benar-benar terimplementasi bagi siapapun yang berinteraksi dengannya. Keadilan merupakan tujuan utama dari syariat Islam. Keadilan harus diwujudkan dalam berbagai aspek kehidupan manusia seperti dalam masalah keluarga, sosial, ekonomi, politik, dan lingkungan.⁴²

Ketiga adalah transparan dalam pemasaran. Dalam teori pemasaran perspektif al-Qurān, pemasaran dikatakan transparan jika tidak menggunakan cara *batil*, realistis, dan bertanggungjawab. Suatu bisnis dilarang oleh syariat Islam jika di dalamnya mengandung unsur tidak halal, atau melanggar dan merampas hak dan kekayaan orang lain. Ketidakadilan berakar pada semua tindakan dan perilaku bisnis yang tidak dikehendaki. Maka semua ajaran yang ada di dalam al-Qurān Berupaya menjaga hak-hak individu dan menjaga solidaritas sosial, untuk mengenalkan nilai moralitas yang tinggi dalam dunia bisnis dan untuk menerapkan hukum Allah Dalam dunia bisnis.⁴³

Indikator Halal dalam Industri *Halal Fashion*

Membentuk industri *Halal fashion* adalah perintah agama, sesuai yang diperintahkan dalam surat al-Baqarah ayat 168 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطَوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ

Artinya:

“Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu.” (QS. al-Baqarah: 168)

⁴⁰Moh. Toriquddin, “Etika Pemasaran Prespektif al-Qurān dan Relevansinya Dalam Perbankan Syariah”, *De Jure, Jurnal Syariah dan Hukum*, Vol. 7 No. 2, (Desember: 2015), 117-118.

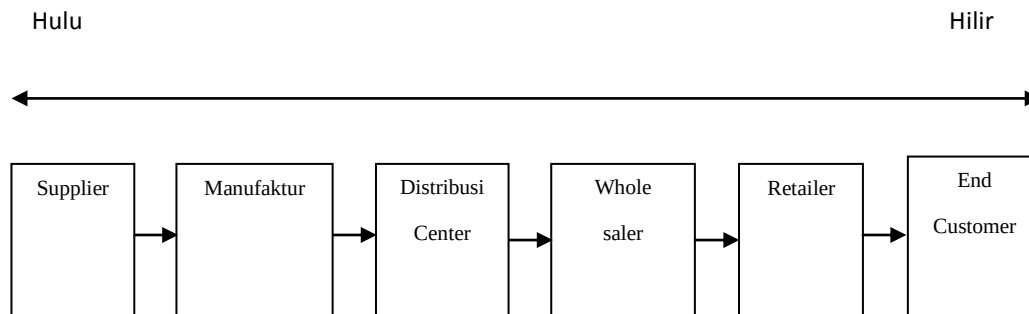
⁴¹Hermawan Kertajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syari'ah Marketing* (Bandung: Penerbit Mizan, 2006), 107.

⁴²Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah Cara Jitu Meningkatkan Pertumbuhan Pasar Bank Syariah* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), 5.

⁴³Mustaq Ahmad, *Etika Bisnis Dalam Islam* (Jakarta: Pustaka al-Kautsar, 2001), 125.

Karena hasil yang diproduksi dalam suatu industri tersebut akan dikonsumsi oleh manusia. Dengan adanya industri halal fashion juga akan berdampak pada syiar agama. Dari hasil penelitian yang dilakukan pada beberapa narasumber, peneliti menemukan adanya manajemen rantai pasokan (*supply chain management*) dalam setiap industri istilah tersebut memang sudah lama, karena *supply chain management* adalah hal umum dijumpai di industri yang merupakan sekumpulan aktifitas dalam rantai pasokan mulai hulu yang ditandai dengan pemilihan bahan baku, sampai ke hilir yang ditandai distribusi produk sampai kepada end customer.

Ada beberapa rantai dalam *supply chain management*, yaitu:



Dari gambar di atas dijelaskan bahwa:

1. Proses produksi suatu produk halal dimulai dari supply bahan pertama yang dikirim ke industri, bahan pertama ini bisa berbentuk bahan baku, bahan mentah, bahan penolong, bahan substitusi, barang dagangan, suku cadang, dan lain-lain.
2. Produk yang sudah dihasilkan oleh manufaktur sudah mulai harus disalurkan kepada pelanggan, sudah banyak cara untuk menyalurkan kepada pelanggan.
3. Pedagang besar (*wholesaler*) biasanya sudah mempunyai fasilitas gudang sendiri atau dapat juga menyewa dari pihak lain. Gudang ini digunakan untuk menyimpan barang sebelum disalurkan lagi ke pihak pengecer. Disini ada kesempatan untuk memperoleh penghematan dalam bentuk jumlah inventaris dan biaya gudang dengan cara melakukan desain kembali pola pengiriman barang baik dari gudang manufaktur maupun ke toko pengecer.
4. Para pengecer atau retailer menawarkan barang langsung kepada para pelanggan atau pembeli atau pengguna barang langsung. Yang termasuk retail outlet adalah toko kelontong, supermarket, warung-warung, dan lain-lain.

Dalam industri halal, hal yang paling penting adalah memastikan proses mulai dari supplier, manufaktur, distribution center, pedagang besar/grosir (*wholesaler*), pengecer, pembeli akhir, merupakan proses yang halal, tidak tercampur dengan proses barang yang tidak halal. Sehingga dalam industri halal terdapat kinerja rantai pasokan halal (*halal supply chain performance*) yang didalamnya terdapat prosedur perlakuan halalnya (*halal control*) mulai dari supplier sampai ke pembeli akhir, sehingga dalam proses industri halal fashion dijamin halal.

Analisis Indikator Halal Dalam Industri *Halal Fashion*

Proses Produksi Halal

Dalam hal ini produksi berarti membuat suatu produk yang mempunyai nilai tambah untuk dimanfaatkan oleh konsumen, secara mekanisme dalam teori produksi adalah proses

mentransformasikan input menjadi output yang dimanfaatkan untuk tujuan hidup yaitu tercapainya *falah* atau kebahagiaan dunia dan akhirat. Dalam hal ini harus dipastikan bahan untuk membuat *halal fashion* halal melalui verifikasi status halal dari dokumen pengiriman bahan, label, dan tanda hadir pada pengiriman, dan pemeriksaan pengiriman dan pengemasan. Selanjutnya halal logistik harus ada pada proses pembuatan produk, dimana proses dan prosedur pembuatan suatu produk telah ditulis dan didokumentasikan sebagai payung yang mendasari sistem logistik halal. Disamping itu halal logistik harus bisa mencegah pencemaran yang terjadi. Dalam Sistem Jaminan Halal MUI dijelaskan bahwa dalam setiap industri harus terdapat auditor halal, disinilah auditor halal akan membantu devisi produksi mengawasi mulai proses produksi sampai distribusi. Adapun tugas devisi produksi dalam industri halal adalah:

- a) Menyusun prosedur produksi yang dapat menjamin kehalalan produk.
- b) Melakukan pemantauan produksi yang bersih dan bebas dari bahan haram dan najis.
- c) Menjalankan kegiatan produksi sesuai dengan matrik formulasi bahan yang telah disusun oleh KAHl dan diketahui oleh LPPOM MUI.
- d) Melakukan komunikasi dengan KAHl dalam hal proses produksi halal.

Penyimpanan Produk Halal

Dalam tempat penyimpanan juga harus dipastikan bahwa Terdapat *halal control* ketika barang akan ditempatkan di gudang, yaitu:

- a. Penerimaan produk/bahan halal, melakukan verifikasi status kehalalannya melalui dokumen pengangkutan atau dokumen pengiriman, label, pemeriksaan fisik pengiriman dan kemasan, dan juga terdapat label halal seperti “HALAL SUPPLY CHAIN” atau “NON HALAL GOODS”. Sehingga bisa memasukkan kedalam fasilitas gudang.
- b. Penempatan produk halal, labeli produk yang tidak diterima (berdasarkan kemungkinan munculnya kerusakan/bahaya, produk cacat, kerusakan besar, produk terkontaminasi dll, dengan tanda “REJECTED”. Pindahkan produk/bahan halal yang tidak diterima ke tempat khusus untuk pemeriksaan lebih lanjut. Dan tidak boleh tercampur antara produk/bahan halal dan haram.
- c. Penyimpanan produk/bahan halal, produk/bahan halal disimpan pada tempat khusus atau rak (tidak boleh tercampur antara produk/bahan halal dan haram pada tempat dingin yang sama).
- d. Pemindahan produk/bahan halal, produk/bahan halal dipindahkan pada area steril atau *buffer zone* (tidak boleh tercampur antara produk/bahan halal dan haram pada pembawa muatan).
- e. Pengangkutan produk/bahan halal untuk dikirim, (tidak boleh tercampur antara produk/bahan halal dan haram pada pembawa muatan).
- f. Pengiriman produk/bahan halal, labeli produk/bahan halal sebagai “HALAL SUPPLY CHAIN” jika belum tersedia lebelnya, pastikan “HALAL SUPPLY CHAIN” ditandai atau diberi kode pada dokumen pengangkutan.

Pengiriman atau Distribusi Produk/Bahan Halal

Distribusi adalah pembagian atau pengiriman barang-barang produk kepada orang banyak atau ke beberapa tempat untuk mendapatkan keuntungan, dalam industri *halal fashion* yang perlu ditekankan juga bahwa dalam proses distribusi juga harus dipastikan halal, atau bersih, mulai dari proses pengangkutan produk ke dalam mobil pengangkut

hingga sampai ke distributor. Adapaun *control action* yang dilakukan pada saat distribusi adalah sebagai berikut:

- a. Pembersihan container, container pendingin, transportasi atau kendaraan pengangkut sebelum digunakan, standar kebersihannya mengikuti standar kebersihan dan higienis yang berlaku. Jika sebelumnya ada muatan pengiriman yang tidak halal. Tingkat higienis adalah diatas bersih, maka industri halal fashion harus mengikuti standar higienis untuk menjaga kehalalan produknya. Jika kontainer atau pengangkut dengan box pendingin maka harus dipastikan tidak ada sisa zat yang tidak halal pada kontainer tersebut, jika sebelumnya digunakan untuk mengangkut produk yang tidak halal.
- b. Pengisian produk/bahan halal pada container, transportasi atau kendaraan pengangkut, tidak boleh tercampur antara produk/bahan halal dan haram pada container, transportasi atau kendaraan pengangkut dalam pengisian.
- c. Dokumentasi, Labeli dengan “HALAL SUPPLY CHAIN” pada pembawa muatan, pastikan “HALAL SUPPLY CHAIN” ditandai atau diberi kode pada dokumen pengangkutan. Labeli “REJECTED” pada pembawa muatan jika produk/bahan dimungkinkan munculnya kerusakan/bahaya, produk cacat, kerusakan besar, produk terkontaminasi dll.

Pemasaran yang Sesuai Syariah

Adapun pemasaran juga suatu hal yang penting, jika industri *halal fashion* ini menjual langsung kepada konsumen, maka dibutuhkan pemasaran. Untuk menjamin bahwa industri *halal fashion* ini adalah halal maka proses pemasarannya pun harus mengikuti aturan yang terdapat dalam islam Pemasaran dalam al-Qur'an meliputi tiga unsur, yaitu: *Pertama* adalah pemasaran beretika, Pemasaran dapat dikatakan beretika ketika memenuhi dua unsur utama yaitu bersikap lemah lembut dan sopan santun, promosi harus menggunakan kata-kata yang lembut dan sopan santun. Seorang pelaku bisnis harus bersikap ramah dalam melakukan promosi. Orang yang beriman diperintahkan untuk bermurah hati, sopan dan bersahabat saat melakukan praktik bisnis dengan sesama manusia. al-Qur'an memberikan aturan kepada umat Islam untuk berlaku sopan kehidupan sehari-hari sekalipun kepada orang-orang yang kurang cerdas.

Kedua adalah pemasaran profesional, Pemasaran yang profesional dalam al-Qur'an harus memenuhi beberapa unsur di antaranya: bersikap adil dalam berpromosi. Perilaku curang, adanya unsur *gharar* atau kebohongan, manipulasi, dan mencampuradukkan kebenaran dengan kebatilan, baik dalam menerangkan spesifikasi barang dagangan memberitahukan harga atau banyaknya pemesanan sering kali merusak citra bisnis di berbagai wilayah. Realitas ini bertolak belakang dengan etika pemasaran Islam yang mengutamakan prinsip kejujuran. Berikutnya adalah bersikap adil terhadap orang lain walaupun mereka adalah orang non-muslim, sehingga konsep *rahmatan lil 'alamin* benar-benar terimplementasi bagi siapapun yang berinteraksi dengannya. Keadilan merupakan tujuan utama dari Syariat Islam. Keadilan harus diwujudkan dalam berbagai aspek kehidupan manusia seperti dalam masalah keluarga, sosial, ekonomi, politik, dan lingkungan.

Ketiga adalah transparan dalam pemasaran. Dalam teori pemasaran perspektif al-Qur'an, pemasaran dikatakan transparan jika tidak menggunakan cara *batil*, realistis, dan bertanggungjawab. Suatu bisnis dilarang oleh syariat Islam jika di dalamnya mengandung unsur tidak halal, atau melanggar dan merampas hak dan kekayaan orang lain. Ketidakadilan berakar pada semua tindakan dan perilaku bisnis yang tidak dikehendaki. Maka semua ajaran

yang ada di dalam al-Qurān Berupaya menjaga hak-hak individu dan menjaga solidaritas sosial, untuk mengenalkan nilai moralitas yang tinggi dalam dunia bisnis dan untuk menerapkan hukum Allah dalam dunia bisnis.

Penutup

Dari hasil analisis penelitian yang dilakukan pada beberapa sumber dan pembahasan di atas maka industri halal harus:

- Memastikan bahan baku yang di pakai adalah bahan baku halal.
- Dalam proses produksi tidak boleh tercampur barang-barang yang haram.
- Setelah proses produksi selesai, jika ada masa penyimpanan produk tersebut harus disimpan di dalam tempat yang terpisah dengan barang-barang yang haram/najis
- Distribusi produksi harus berdasarkan prinsip kemaslahatan dan keadilan.

Adapun indikator yang mengatur Industri *halal fashion*, antara lain:

Tabel 2
Indikator Industri *Halal Fashion*

No	Indikator industri halal Fashion	<i>Halal Control</i>
1.	Halal Supplier	- Melakukan verifikasi status kehalalannya melalui pengiriman dan kemasan. - Koordinasi dengan auditor halal internal
2.	<i>Halal warehouse</i> (gudang)	- Melakukan verifikasi status kehalalannya melalui pengiriman dan kemasan. - Penempatan produk halal, melabeli produk yang cacat atau rusak dan produk yang baik. - Penempatan produk harus terpisah dengan produk yang tidak halal. - Koordinasi dengan auditor halal internal
3	<i>Halal Manufactur</i> (proses produksi halal)	- Melakukan produksi sesuai SOP kehalalan produk. - Memantau proses produksi agar bebas dari bahan najis. - Menjalankan kegiatan produksi sesuai formulasi yang disusun auditor halal dan diketahui oleh MUI. - Melakukan koordinasi dengan Auditor halal dalam proses produksi halal.
4.	<i>Halal Distribution</i>	Pengakutan produk untuk dikirim tidak boleh tercampur antara produk halal dan tidak halal pada truk pembawa muatan.

		2. Pengiriman produk harus dilabeli sebagai “Produk Halal” atau “Halal Supply Chain”. 3. Koordinasi dengan auditor halal internal.
5.	Pengiriman kepada pedagang besar atau retail	1. Kontainer pendingin, truk pembawa muatan atau transportasi pengangkut harus mengikuti standar kebersihan yang higienis. 2. Pengisian produk kedalam kontainer atau truk tidak boleh tercampur dengan produk tidak halal dalam proses tersebut. 3. Labeli dengan “Produk Halal” atau “Halal Supply Chain”. 4. Koordinasi dengan auditor halal internal.

Indikator industri *halal fashion* yang wajib dipenuhi oleh industri *halal fashion* adalah:

1. *Supplier halal*
2. *Halal Manufacture* (Proses Produksi Halal)
3. *Halal Warehouse* (Penyimpanan Produk Halal)
4. *Halal Distribution* (Pengiriman Atau Distribusi Produk/Bahan Halal)
5. *Halal Transportation*

Daftar Pustaka

- Ahmad, Mustaq. *Etika Bisnis dalam Islam*. Jakarta: Pustaka al-Kautsar, 2001.
- Al-Arif, M. Nur Rianto dan Euis Amalia. *Teori Mikroekonomi: Suatu Perbandingan Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional*. Jakarta: Kencana, 2010.
- Anwar, Dessy. *Kamus Bahasa Indonesia*. Surabaya: Karya Abditama, 2001.
- Chaudhry, Muhammad Sharif. *Sistem Ekonomi Islam: Prinsip Dasar*. Jakarta: Kencana, 2016.
- Departemen Agama RI. *Al-Qur'an dan Terjemahnya*. Surabaya: Mekar, 2004.
- Fuad, M. *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2006.
- Hasan, Ali. *Marketing Bank Syariah Cara Jitu Meningkatkan Pertumbuhan Pasar Bank Syariah*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2010.
- Kertajaya, Hermawan dan Muhammad Syakir Sula. *Syari'ah Marketing*. Bandung: Mizan, 2006.
- Kunarjo. *Glosarium Ekonomi, Keuangan dan Pembangunan*. Jakarta: Universitas Indonesia Perss, 2003.
- Mas'adi, Ghufon A. *Ensiklopedia Islam*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 1999.
- Munawwir, Ahmad Warson. *Al-Munawwir: Kamus Arab Indonesia*. Surabaya: Pustaka Progresif, 1997.
- Nasution, Mustafa Edwin dkk. *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*. Jakarta: Kencana, 2015.
- Naqvi, Syed Nawab Haider. *Menggagas Ilmu Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2003.
- Anwar, Sariyun Naja. "Manajemen Rantai Pasokan (Supply Chain Management) Konsep dan Hakikat". *Jurnal Dinamika Informatika*, Vol. 3, No. 2, 2011.
- Sucipto. "Halal dan Haram Menurut al-Ghazali dalam Kitan Mau'idatul Mu'minin". *Asas*, Vol. 4, No.1, Januari, 2012.
- Tieman, Marco dkk. "Principle in Halal Supply Chain Management". *Journal of Islamic Marketing*, Vol. 3, No. 3, Juni, 2012.
- Toriquddin, Moh. "Etika Pemasaran Perspektif al-Quran dan Relevansinya dalam Perbankan Syariah". *De Jure, Jurnal Syariah dan Hukum*, Vol. 7, No. 2, Desember, 2015
- Turmudi, Muhammad. "Produksi dalam Perspektif Ekonomi Islam". *Islamadina*, Vol. XVIII, No.1, Maret, 2017.

Widyarto, Agus. “Peran Supply Chain Manhement dalam Sistem Produksi dan Operasi Perusahaan”. *BENFIT Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Vol.16, No.2, Desember, 2012.

<http://ekonomi.kompas.com/read/2017/11/08/205641726/negara-mana-yang-rajai-industri-halal-dunia>, diakses tanggal 08 Januari 2018.

<http://sp2010.bps.go.id/index.php/site/tabel?tid=320&wid=0>, diakses tanggal 08 Januari 2018.

<http://www.kemendag.go.id/id/news/2017/08/30/nilai-ekspor-fesyen-meningkat-hingga-us79-miliar>, diakses tanggal 02 Februari 2018.

<https://www.zawya.com/mena/en/ifg-publications/ifgRegister/231017085726C/>, diakses tanggal 06 Januari 2018.

