

Manajemen Rantai Pasokan Halal Berbasis *Maqasid Syariah* untuk Meningkatkan kepercayaan konsumen Sate Ayam H.Tukri

Maqasid Shariah-Based Halal supply chain Management to Enhance Consumer Trust in Sate Ayam H. Tukri

Agustin Rani Nurfadila^{1)*}, Palmadi Putri Surya Negara²⁾, Arief Rahmawan³⁾, Agung Dwicahyo⁴⁾, Evans Daura⁵⁾

^{1,2,3,4,5)}Teknologi Industri Pertanian, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Darussalam Gontor
Jl. Raya Siman, Ponorogo, Jawa Timur, 63471

email: ^{1)*}agustinraninurfadila@unida.gontor.ac.id, ²⁾palmadiputrisuryanegara@unida.gontor.ac.id,
³⁾arief.rahmawan@unida.gontor.ac.id, ⁴⁾agungdwicahyo@unida.gontor.ac.id,
⁵⁾462025621021@stu.unida.gontor.ac.id

<p>Informasi Artikel</p> <p>Diterima: <i>Submitted:</i> 17/11/2026</p> <p>Diperbaiki: <i>Revised:</i> 25/04/2026</p> <p>Disetujui: <i>Accepted:</i> 30/04/2026</p> <p>*) Agustin Rani Nurfadila agustinraninurfadila@unida.gontor.ac.id</p> <p>DOI:https://doi.org/10.32502/integrasi.v11i1.1506</p>	<p>Abstrak</p> <p>Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan manajemen rantai pasok halal pada usaha Sate Ayam H. Tukri berbasis prinsip <i>Maqasid Syariah</i> serta pengaruhnya terhadap tingkat kepercayaan konsumen Muslim. Pendekatan penelitian menggunakan metode kualitatif melalui observasi, wawancara mendalam, dan <i>Focus Group Discussion</i> (FGD) dengan pemilik usaha, serta wawancara semi-terstruktur dengan konsumen. Analisis dilakukan terhadap seluruh alur rantai pasok mulai dari pengelolaan bahan baku, pemotongan, pengolahan, penyimpanan, distribusi hingga penyajian.</p> <p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan prinsip halal pada setiap tahapan rantai pasok telah memenuhi standar syariah terutama dalam aspek pemilihan bahan baku, higienitas alat, pemisahan material, dan kepatuhan terhadap tata cara penyembelihan. Integrasi nilai <i>Maqasid Syariah</i> meliputi <i>hifz ad-din</i>, <i>hifz an-nafs</i>, <i>hifz al-'aql</i>, <i>hifz an-nasl</i>, dan <i>hifz al-mal</i> terlihat tercermin dalam operasional usaha, mulai dari transparansi proses, perlindungan kesehatan konsumen, hingga pengelolaan produk yang efisien.</p> <p>Wawancara dengan 10 konsumen menunjukkan tingginya tingkat kepercayaan terhadap kehalalan Sate Ayam H. Tukri. Faktor utama yang mendorong kepercayaan adalah reputasi usaha, kesesuaian proses dengan prinsip syariah, pemilihan bahan baku yang jelas asal-usulnya, serta pengaruh sosial dari rekomendasi keluarga dan lingkungan. Penelitian ini menghasilkan model konseptual manajemen rantai pasok halal berbasis <i>Maqasid Syariah</i> yang dapat diadopsi oleh UMKM kuliner halal lainnya. Temuan ini menegaskan bahwa penerapan rantai pasok halal yang konsisten merupakan strategi penting dalam membangun kepercayaan dan loyalitas konsumen Muslim.</p> <p>Kata kunci: Rantai Pasok, Sate Ayam, FGD, Halal dan <i>Maqasid Syariah</i></p> <p>Abstract</p> <p><i>This study investigates the implementation of halal supply chain management in Sate Ayam H. Tukri based on the principles of Maqasid Shariah and examines its influence on Muslim consumer trust. Using a qualitative approach involving observations, in-depth interviews, Focus Group Discussions (FGD), and semi-structured consumer interviews, the research analyzes the entire supply chain from raw material sourcing, slaughtering, processing, storage, distribution, to serving.</i></p> <p><i>The results show that all stages of the supply chain comply with Shariah requirements, particularly in raw material selection, equipment hygiene, material segregation, and adherence to halal slaughtering standards. The integration of Maqasid Shariah—including hifz ad-din, hifz an-nafs, hifz al-'aql, hifz an-nasl, and hifz al-mal—is evident in operational practices</i></p>
---	---

	<p><i>through process transparency, consumer health protection, and efficient product management.</i></p> <p><i>Consumer interviews reveal high confidence in the halal integrity of Sate Ayam H. Tukri, driven by business reputation, Shariah-compliant processes, traceable raw materials, and social reinforcement from family and community recommendations. The study proposes a Maqasid Shariah-based halal supply chain model that can be applied by other halal culinary MSMEs. These findings highlight that consistent halal supply chain practices are essential for strengthening consumer trust and loyalty.</i></p> <p>Keywords: <i>Supply Chain, Chicken Satay, FGD, Halal and Maqasid Syaria</i></p>
--	--

©Integrasi Universitas Muhammadiyah Palembang
p-ISSN 2528-7419
e-ISSN 2654-5551

Pendahuluan

Saat ini, persaingan dalam industri lebih banyak terjadi pada tingkat rantai pasok dibandingkan antar organisasi secara individual. Penerapan manajemen rantai pasok yang efektif akan mendorong peningkatan kinerja organisasi sekaligus memperkuat daya saing di tengah lingkungan bisnis yang semakin kompetitif [1]. *Halal Supply Chain Management (HSCM)* adalah kemajuan manajemen rantai pasokan konvensional yang bertujuan untuk memastikan integritas halal produk dari bahan baku hingga pembelian konsumen, menjamin bahwa makanan tetap halal dan aman untuk dikonsumsi selama proses distribusi [2]. Makanan ataupun minuman yang memiliki sertifikat halal menjadi salah satu faktor penentu keputusan pembelian oleh konsumen, hal ini didorong oleh meningkatnya kepedulian masyarakat terhadap aspek kehalalan sebuah produk [3]. Rantainya pasokan halal, selaras dengan *Maqasid al-Syariah*, menekankan “halalan thoyyiban,” memastikan bahwa produk tidak hanya halal tetapi juga ramah lingkungan[4]. Serta kondisi Rantai pasokan halal sejalan dengan *Maqasid Syariah* dengan memastikan bahwa semua operasi logistik mematuhi prinsip-prinsip Islam, menjaga integritas dan kemurnian produk halal sepanjang perjalanan mereka, sehingga mencegah kontaminasi dan menjaga kepatuhan terhadap standar halal [5]. *Maqasid Syariah* meningkatkan manajemen rantai pasokan halal dengan memastikan produk selaras dengan standar etika Islam, sehingga meningkatkan kepercayaan konsumen [6]. Rantai pasokan halal berbasis Syariah maqasid meningkatkan

kepercayaan konsumen dengan memastikan integritas produk dan keterlacakan, selaras dengan prinsip-prinsip Syariah sambil memenuhi persyaratan industri, sehingga menumbuhkan kepercayaan di antara konsumen pada produk dan layanan halal [7]. Prinsip-prinsip *syariah maqashid* dalam sertifikasi halal meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk UMKM, mendorong transparansi, praktik etika, dan kepatuhan terhadap nilai-nilai Islam, yang pada akhirnya meningkatkan kepercayaan konsumen dan mendukung pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan [8]. Kondisi tersebut didukung dengan mayoritas agama di Indonesia, yang memiliki populasi Muslim terbesar di seluruh dunia[9].

Setiap perusahaan akan berupaya meningkatkan kinerja untuk dapat memperoleh hasil yang optimal dan memenuhi kepuasan pelanggan[10]. Produk yang tersertifikasi halal merupakan jaminan bagi konsumen, khususnya umat Islam, karena memberikan rasa aman, nyaman, dan kepercayaan terhadap kehalalan serta keamanan produk yang dikonsumsi. Kondisi ini semakin diperkuat oleh temuan bahwa kepuasan pelanggan merupakan konsep penting dalam pemasaran [11], sehingga jaminan halal berperan signifikan dalam membentuk persepsi positif dan loyalitas konsumen.

Kondisi ini menjadi sangat penting di Indonesia, yang merupakan salah satu negara dengan jumlah konsumen Muslim terbesar di dunia [12]. Kepatuhan Syariah secara signifikan meningkatkan kepercayaan konsumen Muslim dalam belanja. Faktor-faktor utama termasuk menghindari larangan,

memastikan objek dan harga yang adil, dan menjaga hubungan pembeli-penjual yang tepat, secara kolektif mempengaruhi kepercayaan sebesar 79,4%, menjadikan nilai-nilai syariah penting untuk pemilihan toko [13]. Tren konsumsi makanan halal tidak hanya berkembang di negara mayoritas Muslim, tetapi juga semakin diakui di negara-negara dengan populasi Muslim minoritas, seiring meningkatnya kesadaran akan gaya hidup halal secara global [14]. Kepercayaan ini mempengaruhi keputusan pembelian, karena konsumen merasa yakin tentang halalitas produk, yang pada akhirnya mengarah pada peningkatan penjualan dan loyalitas di antara konsumen Muslim [15]. Sertifikasi halal terbukti memberikan pengaruh signifikan terhadap loyalitas dan kepercayaan konsumen, terutama dalam industri makanan dan minuman [16]. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut, beberapa Negara dengan komunitas muslim, membentuk badan sertifikasi halal yang sesuai standar dalam Perdagangan internasional [12]. Salah satu manfaat dari adanya sertifikasi halal bagi konsumen yaitu memberikan rasa tenang karena produk yang dibeli aman dan terpercaya [17]. Kondisi tersebut dikarenakan masalah keamanan pangan dan kesehatan dapat menjadi alasan lain konsumen membeli produk halal. Dengan demikian, diharapkan umat Islam akan lebih selektif dalam memilih makanan halal untuk dikonsumsi selama krisis kesehatan [18]. Hal tersebut didukung dengan Undang-Undang Republik Indonesia No. 33 Tahun 2014 tentang jaminan produk halal telah diberlakukan mulai 17 Oktober 2019 dan bersifat wajib bagi semua pelaku usaha, termasuk usaha besar, menengah, kecil, dan mikro [19]. Selain itu, undang-undang ini menugaskan Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) dibawah Kementerian Agama menjadi *stake holder* utama dalam melaksanakan jaminan produk halal, yang sebelumnya, tugas tersebut dilaksanakan sepenuhnya oleh Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI) [20]. Sertifikasi halal yang selaras dengan prinsip-prinsip *Syariah Maqasid* meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk UMKM dengan memastikan kepatuhan terhadap nilai-nilai Islam, sehingga

meningkatkan daya saing pasar dan kepercayaan konsumen [8].

Selain itu, banyak pelaku usaha kuliner yang masih memandang halal sebatas pada kepemilikan sertifikat, tanpa diiringi dengan penerapan sistem manajemen rantai pasok yang sesuai dengan prinsip halal secara menyeluruh. Hal ini menyebabkan adanya kebingungan antara status halal secara administratif dan praktik operasional di lapangan. Kondisi tersebut berpotensi menurunkan tingkat kepercayaan konsumen, terutama ketika transparansi dan jaminan kehalalan tidak dapat dijalankan secara jelas. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan yang lebih komprehensif untuk memastikan integritas halal yang tidak hanya bersifat formal, tetapi juga substantif disepanjang rantai pasok. Selain itu, penelitian yang secara spesifik mengkaji hubungan antara penerapan *halal supply chain* berbasis *Maqasid Syariah* dengan peningkatan kepercayaan konsumen juga masih jarang ditemukan. Sebagian besar penelitian cenderung mengukur kepercayaan konsumen berdasarkan keberadaan label atau sertifikasi halal, tanpa menggali lebih dalam bagaimana nilai-nilai syariah yang diimplementasikan dalam praktik rantai pasok dapat membentuk persepsi dan keyakinan konsumen. Oleh karena itu, diperlukan penelitian yang mampu mengisi kesenjangan tersebut dengan mengkaji secara komprehensif bagaimana penerapan *halal supply chain* berbasis *Maqasid Syariah*.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami bagaimana penerapan manajemen rantai pasokan halal yang berlandaskan pada prinsip *Maqasid Syariah* dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk Sate Ayam H. Tukri. Penelitian ini berfokus pada upaya mengkaji kesesuaian proses hulu hingga hilir dalam rantai pasok-mulai dari penyediaan bahan baku, pengolahan, hingga distribusi dengan nilai-nilai kehalalan dan syariat Islam. Penelitian ini menawarkan kebaruan melalui integrasi prinsip *Maqasid Syariah* ke dalam rantai pasokan halal sebagai pendekatan berbasis nilai, bukan sekadar kepatuhan sertifikasi. Selain itu, penelitian ini mengembangkan model hubungan antara rantai pasokan halal berbasis *maqasid* dan kepercayaan konsumen serta mengujinya

pada konteks UMKM kuliner lokal, yang masih terbatas dalam penelitian sebelumnya. Dengan pendekatan ini, diharapkan penelitian mampu memberikan gambaran menyeluruh mengenai kontribusi integrasi nilai-nilai *Maqasid Syariah* terhadap persepsi dan keyakinan konsumen Muslim dalam memilih produk kuliner halal lokal

Metode

Penelitian dilaksanakan pada usaha kuliner Sate Ayam H. Tukri yang berlokasi di Ponorogo, Jawa Timur. Pengumpulan data dilakukan pada periode September–Desember 2025. Pemilihan lokasi didasarkan pada relevansi objek penelitian sebagai usaha kuliner lokal yang telah dikenal luas dan memiliki potensi penerapan sistem halal secara menyeluruh.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dengan gabungan antara pemilik Sate Ayam H. Tukri dengan konsumen, untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai penerapan manajemen rantai pasokan halal berbasis *Maqasid Syariah* serta pengaruhnya terhadap kepercayaan konsumen. Pendekatan kualitatif digunakan untuk mengeksplorasi secara mendalam struktur dan proses rantai pasok melalui observasi, wawancara, dan *Focus Group Discussion* (FGD) dengan pemilik usaha Sate Ayam H. Tukri. Pendekatan ini memungkinkan peneliti mengidentifikasi nilai-nilai dan praktik halal yang diterapkan, serta menggali sejauh mana prinsip-prinsip *Maqasid Syariah* diinternalisasi dalam manajemen usaha. Selanjutnya, pendekatan dengan konsumen diterapkan melalui wawancara kepada konsumen untuk mengukur tingkat kepercayaan mereka terhadap produk yang dikonsumsi, khususnya dari sisi kehalalan, transparansi, dan kesesuaian nilai-nilai syariah dalam rantai pasok. Dengan mengintegrasikan dua pendekatan ini, penelitian mampu membangun sebuah model konseptual manajemen rantai pasokan halal yang berbasis nilai dan menjawab tantangan praktis dalam peningkatan kepercayaan konsumen terhadap produk pangan lokal. Pendekatan ini juga mendukung validitas triangulasi data yang lebih kuat dalam

menghasilkan temuan yang holistik dan dapat diimplementasikan secara aplikatif di tingkat UMKM kuliner halal.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk menganalisis penerapan manajemen rantai pasok halal berbasis *Maqasid Syariah* serta pengaruhnya terhadap kepercayaan konsumen. Pendekatan ini dipilih karena mampu menggali secara mendalam proses, nilai, dan praktik yang terjadi dalam rantai pasok halal, baik dari perspektif pelaku usaha maupun konsumen.

Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara mendalam, dan *Focus Group Discussion* (FGD). Observasi dilakukan untuk mengamati secara langsung alur rantai pasok mulai dari pengadaan bahan baku hingga penyajian produk. Wawancara mendalam dilakukan kepada pemilik usaha dan konsumen dengan durasi 30–60 menit per informan. Sementara itu, FGD dilaksanakan dengan melibatkan 10 peserta yang terdiri dari pemilik usaha, karyawan, dan konsumen, dengan durasi sekitar 60 menit untuk menggali persepsi bersama terkait implementasi halal dan kepercayaan konsumen.

Instrumen penelitian berupa panduan wawancara semi-terstruktur yang disusun berdasarkan indikator *halal supply chain* dan prinsip *Maqasid Syariah*. Contoh pertanyaan yang diajukan meliputi: (1) bagaimana proses pemilihan bahan baku untuk menjamin kehalalan; (2) bagaimana upaya mencegah kontaminasi non-halal; (3) bagaimana penerapan nilai transparansi dan kejujuran dalam operasional usaha; serta (4) bagaimana persepsi konsumen terhadap kehalalan dan kepercayaan terhadap produk.

Data yang diperoleh dianalisis menggunakan teknik analisis tematik (*thematic analysis*) dengan tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Proses analisis dilakukan melalui coding untuk mengidentifikasi tema-tema utama yang berkaitan dengan penerapan *Maqasid Syariah* dalam rantai pasok serta pembentukan kepercayaan konsumen. Untuk memastikan validitas data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber dan metode.

Output utama dari penelitian ini adalah model manajemen rantai pasok halal berbasis *Maqasid Syariah* yang dapat diterapkan oleh pelaku usaha serupa, dan hasil analisis kepercayaan konsumen sebagai dasar penyusunan rekomendasi kebijakan atau program pembinaan halal yang lebih bernilai syariah dan kontekstual.

Hasil dan Pembahasan

Hasil Penelitian

Bagian ini menyajikan temuan utama penelitian yang diperoleh melalui observasi, wawancara, dan analisis proses produksi pada Sate Ayam H. Tukri. Hasil disusun untuk menggambarkan penerapan manajemen rantai pasok halal berbasis *Maqasid Syariah* serta tingkat kepercayaan konsumen. Data berikut disajikan secara sistematis guna memperkuat analisis dan memberikan gambaran objektif mengenai kondisi operasional di lapangan.

Penerapan Rantai Pasok Halal di Sate Ayam H. Tukri

Identifikasi alur rantai pasok: pemasok ayam, pemotongan, pengolahan, penyimpanan, distribusi, penyajian.

Standar halal yang diterapkan: pemilihan bahan baku, proses penyembelihan, kebersihan alat, keterpisahan dari bahan najis.

Kehalalan alat dan bahan baku merupakan aspek fundamental dalam menjamin integritas produk Sate Ayam H. Tukri. Seluruh peralatan yang digunakan dalam proses pengolahan harus bebas dari kontaminasi bahan non-halal, sementara pemilihan bahan baku wajib memenuhi standar halal yang ditetapkan oleh otoritas syariah. Oleh karena itu, diperlukan identifikasi dan verifikasi yang cermat terhadap seluruh alat dan bahan yang terlibat dalam proses produksi. Berikut tabel daftar alat dan bahan baku yang digunakan, sebagai dasar evaluasi terhadap kesesuaian prinsip kehalalan dalam keseluruhan rantai pasok:

Tabel 1 Daftar Alat Produksi Sate Ayam H. Tukri

No	Nama Alat	Material	Kesesuaian Penggunaan	Potensi Kontaminasi Silang	Status Kehalalan	Keterangan Teknis
1	Pisau pemotong ayam	<i>Stainless steel</i>	Digunakan khusus pemotongan ayam	Rendah	Halal	Disterilisasi dengan mencuci sebelum dan sesudah digunakan
2	Talenan	Kayu <i>food grade</i>	Dipakai untuk memotong daging ayam	Sedang	Halal	Perlu pemeriksaan rutin terhadap retakan
3	Baskom pencucian	Plastik <i>food grade</i>	Untuk pencucian ayam	Rendah	Halal	Dipisahkan dari baskom bahan lain
4	Tusuk sate	Daun Kelapa Muda	Sekali pakai	Rendah	Halal	Pastikan kemasan bersih dan kering
5	Wadah marinasi	<i>Stainless steel</i>	Untuk perendaman bumbu	Rendah	Halal	Tidak digunakan untuk bahan non-halal
6	Kuas olesan	Silikon <i>food grade</i>	Olesan bumbu saat pemanggangan	Rendah	Halal	Diganti secara berkala
7	Tungku panggangan	Besi	Khusus pemanggangan ayam	Rendah	Halal	Tidak dipakai untuk produk non-halal
8	Kipas arang	Bambu/plastik	Untuk membesarkan bara	Rendah	Halal	Tidak kontak langsung dengan makanan

No	Nama Alat	Material	Kesesuaian Penggunaan	Potensi Kontaminasi Silang	Status Kehalalan	Keterangan Teknis
9	Wadah penyimpanan Wajan/wadah pemanas bumbu	Plastik/ <i>stainless</i>	Penyimpanan ayam mentah	Sedang	Halal	Dipisahkan dari bumbu siap saji
10	Wajan/wadah pemanas bumbu	<i>Stainless steel</i>	Memasak bumbu sate	Rendah	Halal	Tidak bercampur peralatan lain
11	Sarung tangan	Plastik	Penanganan bahan mentah	Rendah	Halal	Sekali pakai, diganti per sesi
12	Timbangan digital	Plastik/metal	Menimbang bahan	Rendah	Halal	Tidak kontak dengan bahan non-halal

Setelah pemaparan alat produksi pada Tabel 1, Tabel 2 disajikan untuk memberikan penjelasan lebih lanjut mengenai bahan baku yang digunakan, sehingga kedua tabel ini

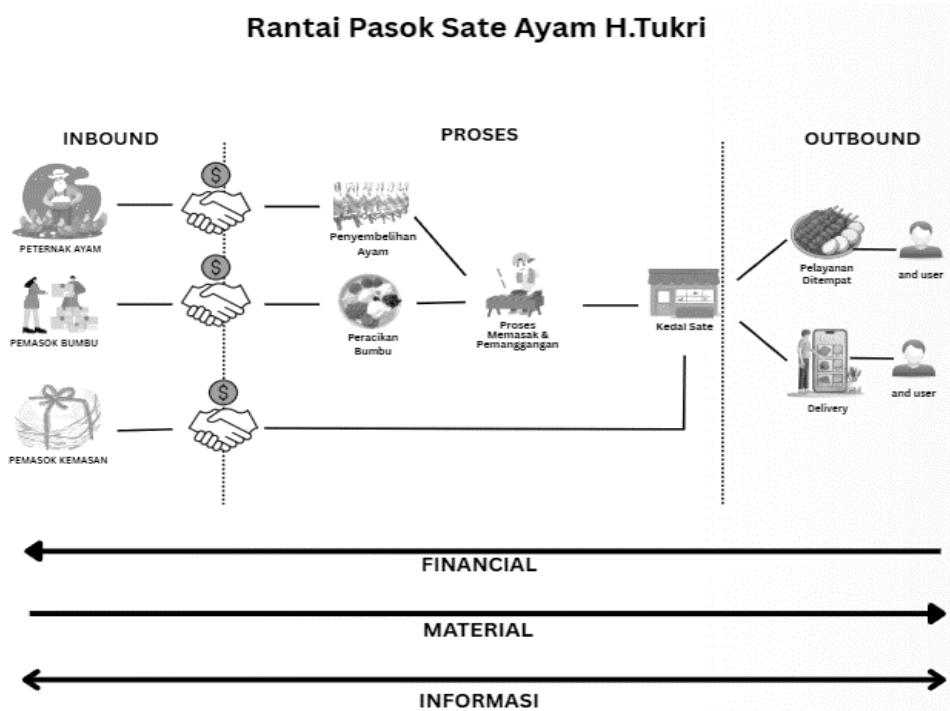
secara komplementer menggambarkan keseluruhan kebutuhan produksi Sate Ayam H. Tukri.

Tabel 2 Daftar Alat Produksi Sate Ayam H.Tukri

No	Bahan Baku	Supplier	Status Sertifikasi Halal	Komposisi Utama	Risiko Ketidakhilalan	Status Kehalalan
1	Daging ayam	Peternak Pak Hantoro	Bersertifikat JULEHA	100% daging ayam	Rendah	Halal
2	Bumbu kacang	Pasar Tradisional	Tidak dibutuhkan	Kacang, gula, rempah	Rendah	Halal
3	Kecap manis	Membuat sendiri	Tidak dibutuhkan	Kedelai, gula	Rendah	Halal
4	Minyak goreng	Bimoli	Ada	Minyak sawit	Rendah	Halal
5	Garam	Pasar Tradisional	Tidak dibutuhkan	NaCl	Rendah	Halal
6	Bawang merah & putih	Pasar Tradisional	Tidak dibutuhkan	Bawang merah & putih	Rendah	Halal
7	Cabai	Pasar Tradisional	Tidak dibutuhkan	Cabai merah	Rendah	Halal
8	Gula merah	Pasar Tradisional	Terkadang ada	Gula Kelapa	Rendah	Halal
9	Arang kayu	Produsen arang	Tidak dibutuhkan	Kayu	Rendah	Halal
10	Rempah tambahan	Pasar Tradisional	Tidak dibutuhkan	Miri, Jinten dan Laos	Rendah	Halal
11	Beras	Petani	Tidak dibutuhkan	Beras	Rendah	Halal
12	Daun Pisan	Petani	Tidak dibutuhkan	Daun Pisan	Rendah	Halal

Rantai pasok Sate Ayam H. Tukri terdiri dari rangkaian aktivitas terintegrasi yang dimulai dari pengelolaan bahan baku di hulu hingga pelayanan konsumen di hilir. Setiap tahapan

memiliki peran penting dalam menjaga kualitas, keamanan, dan kehalalan produk yang dihasilkan. Berikut Gambar alur rantai pasok di Sate Ayam H.Tukri:



Gambar 1. Rantai Pasok Sate Ayam H.Tukri

Penerapan Maqasid Syariah dalam Rantai Pasok Halal

Implementasi Rantai Pasokan Halal terkait erat dengan prinsip-prinsip *Maqasid Syariah*, karena memastikan bahwa praktik bisnis selaras dengan hukum Islam. Integrasi ini melibatkan pemahaman persyaratan halal, pemilihan pemasok, dan proses produksi yang sesuai dengan syariah[21]. *Maqasid Syariah* yang mencakup *hifz ad-din* (perlindungan agama), *hifz an-nafs* (perlindungan jiwa), *hifz al-‘aql* (perlindungan akal), *hifz an-nasl* (perlindungan keturunan), dan *hifz al-mal* (perlindungan harta) dapat diimplementasikan dalam seluruh proses rantai pasok untuk meningkatkan kualitas, keamanan, dan kepercayaan konsumen [22].

Dalam upaya memahami bagaimana prinsip *Maqasid Syariah* diterapkan secara operasional dalam manajemen rantai pasokan halal, diperlukan pemetaan yang jelas antara setiap tahapan rantai pasok dengan lima prinsip utama maqasid. Pemahaman ini penting untuk memastikan bahwa seluruh aktivitas *halal supply chain* tidak hanya memenuhi regulasi teknis, tetapi juga mengintegrasikan nilai-nilai syariah secara komprehensif. Oleh karena itu, tabel berikut disusun untuk menunjukkan keterkaitan antara elemen-elemen rantai pasok Sate Ayam H. Tukri dengan prinsip *Hifz ad-Din*, *Hifz an-Nafs*, *Hifz al-‘Aql*, *Hifz an-Nasl*, dan *Hifz al-Mal*, sebagai landasan untuk meningkatkan kepercayaan konsumen.

Tabel 3. Keterkaitan *Maqasid Syariah* dengan Rantai Pasok Halal

Elemen Rantai Pasok Halal	<i>Hifz ad-Din</i>	<i>Hifz an-Nafs</i>	<i>Hifz al-‘Aql</i>	<i>Hifz an-Nasl</i>	<i>Hifz al-Mal</i>
Raw Material Management	Memilih ayam dari pemasok halal yang terpercaya.	Penggunaan bahan segar dan aman menurunkan risiko penyakit bawaan pangan.	Transparansi asal bahan membuat konsumen merasa yakin dan tidak ragu.	Bahan berkualitas menjamin makanan aman untuk	Pengadaan efektif mengurangi pemborosan sehingga harga

Elemen Rantai Pasok Halal	<i>Hifz ad-Din</i>	<i>Hifz an-Nafs</i>	<i>Hifz al-'Aql</i>	<i>Hifz an-Nasl</i>	<i>Hifz al-Mal</i>
				anak dan keluarga.	tetap stabil dan terjangkau.
Halal Transportation	Transportasi bebas kontaminasi najis menjaga kehalalan produk sejak awal.	Menghindari kerusakan ayam saat pengiriman sehingga tetap aman dikonsumsi.	Pencatatan suhu dan rute menjamin konsumen bahwa proses distribusi dilakukan profesional.	Kualitas bahan yang terjaga penting untuk kesehatan keluarga.	Mengurangi kerusakan bahan selama transport, menekan biaya yang merugikan konsumen.
Halal Warehouse	Gudang terpisah dan suci sesuai standar halal meningkatkan kepercayaan tentang integritas proses.	Penyimpanan dengan suhu tepat menjaga keamanan pangan.	Sistem stok yang rapi menunjukkan profesionalisme dan meningkatkan persepsi konsumen.	Kualitas bahan yang terjaga berdampak pada gizi keluarga.	Manajemen stok yang baik menekan risiko bahan rusak dan kerugian finansial.
Production Process	Proses pemotongan, pengolahan, dan pemanggangan sesuai SOP halal.	Kebersihan alat dan pekerja menjaga kesehatan konsumen.	Proses yang transparan dan standar yang jelas meningkatkan trust.	Menjamin produk aman bagi anak-anak dan keluarga.	Mengurangi waste produksi sehingga harga bisa tetap bersaing.
Halal Storage	Goods Menjaga kesucian produk jadi sebelum disajikan memperkuat kepercayaan konsumen.	Penyimpanan yang tepat menghindari pembusukan yang membahayakan kesehatan.	Sistem penyimpanan teratur memberikan konsumen persepsi bahwa usaha dikelola secara profesional.	Produk yang tidak rusak menjaga kesehatan keluarga.	Menghindari kerusakan produk mengurangi biaya tambahan.
Marketing & Sales	Penyampaian label halal dan sertifikasi dengan jujur meningkatkan keyakinan konsumen.	Tidak membuat klaim berlebihan yang dapat membahayakan konsumen.	Edukasi terkait proses halal memperkuat pemahaman dan loyalitas konsumen.	Informasi gizi dan keamanan penting bagi keluarga.	Strategi harga yang wajar meningkatkan nilai ekonomis bagi konsumen.
Customer Service	Memberikan jawaban yang jujur terkait halal membuat konsumen semakin percaya.	Menanggapi komplain terkait keamanan pangan secara cepat dan solutif.	Memberikan edukasi yang informatif dan tidak menyesatkan.	Pelayanan baik memberikan rasa aman kepada keluarga yang membeli.	<i>Customer service</i> yang baik meningkatkan retensi, mengurangi biaya promosi yang tidak perlu.

Dari pemetaan tersebut, terlihat bahwa setiap prinsip *Maqasid Syariah* memiliki kontribusi yang signifikan terhadap penguatan integritas halal dalam rantai pasok Sate Ayam H. Tukri. Integrasi nilai-nilai syariah pada seluruh tahapan operasional tidak hanya menjaga kehalalan produk, tetapi juga meningkatkan keamanan, kualitas, dan transparansi yang menjadi faktor utama dalam membangun kepercayaan konsumen. Dengan demikian, penerapan *Maqasid Syariah* dalam

manajemen rantai pasokan halal dapat menjadi pendekatan strategis untuk meningkatkan keunggulan kompetitif dan loyalitas konsumen pada produk kuliner halal.

Kepercayaan Konsumen terhadap Produk

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan 10 orang konsumen yang dipilih secara acak dengan syarat konsumen tersebut merupakan orang

beragama islam dan melakukan pembelian di Sate Ayam H.Tukri. Berikut analisis hasil dari konsumen Sate Ayam H.Tukri:

1. Aspek Kepercayaan terhadap Sertifikasi Halal

Berdasarkan jawaban responden, terlihat bahwa konsumen menempatkan kredibilitas lembaga sertifikasi halal sebagai faktor penentu dalam memilih makanan. Mayoritas konsumen memberikan skor tinggi pada pernyataan bahwa sertifikasi halal dari pemerintah dapat menjamin kehalalan produk. Temuan ini menunjukkan bahwa keberadaan lembaga resmi seperti BPJPH MUI menjadi elemen penting dalam membangun kepercayaan.

Konsumen menyatakan bahwa sertifikasi halal tidak hanya dipandang sebagai formalitas administratif, tetapi sebagai jaminan keamanan, kebersihan, dan kepatuhan syariah. Dalam konteks Sate Ayam H. Tukri, hal ini memperkuat persepsi bahwa produk tersebut layak dikonsumsi dan memiliki kejelasan rantai pasok halal mulai dari bahan baku hingga penyajian.

2. Aspek Pengetahuan dan Kesadaran Konsumen

Analisis menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen memiliki tingkat pemahaman yang baik mengenai prinsip dasar kehalalan produk pangan. Skor positif pada pernyataan "Saya memahami prinsip-prinsip dasar halal" mengindikasikan bahwa konsumen aktif mengevaluasi kehalalan produk sebelum mengonsumsi makanan.

Beberapa konsumen juga menilai bahwa latar belakang pendidikan memengaruhi cara mereka menilai produk halal. Meskipun tidak selalu menjadi faktor utama, tingkat pendidikan berhubungan dengan kemampuan konsumen memahami informasi terkait proses produksi, bahan baku, dan sertifikasi. Dengan demikian, tingkat literasi halal memiliki pengaruh terhadap kepercayaan mereka terhadap sate ayam H. Tukri.

3. Aspek Fitur Produk dan Asal Usul

Pada aspek ini, konsumen memberikan respons positif terhadap pernyataan bahwa label halal merupakan indikator penting dalam menilai kualitas dan

keamanan produk. Artinya, keberadaan label halal pada kemasan atau display usaha sangat memengaruhi persepsi positif terhadap produk.

Selain itu, sebagian besar responden menyatakan bahwa jaminan bahan baku bersertifikat halal secara langsung meningkatkan tingkat kepercayaan mereka. Konsumen percaya bahwa sate ayam H. Tukri menggunakan bahan baku yang jelas asal-usulnya, mulai dari ayam, bumbu, tusuk sate, hingga proses penyembelihan yang sesuai syariat. Hal ini memperkuat keyakinan bahwa rantai pasok produk telah memenuhi standar halal.

4. Aspek Nilai-Nilai Emosional dan Sosial

Hasil analisis menunjukkan bahwa aspek emosional dan sosial memberikan kontribusi kuat terhadap kepercayaan konsumen. Responden umumnya memberikan skor tinggi pada pernyataan "Saya merasa aman ketika mengonsumsi produk bersertifikat halal". Hal ini menunjukkan bahwa kehalalan tidak hanya dipandang dari aspek hukum syariah, tetapi juga terkait ketenangan batin, kenyamanan psikologis, dan rasa aman saat mengonsumsi produk.

Selain itu, pengaruh teman, keluarga, dan lingkungan sosial terbukti berperan dalam pembentukan kepercayaan. Banyak konsumen yang memilih sate ayam H. Tukri berdasarkan rekomendasi orang terdekat, menunjukkan bahwa *word of mouth* menjadi media penting dalam memperkuat kepercayaan dan loyalitas konsumen.

Pembahasan

Hasil identifikasi menunjukkan bahwa rantai pasok Sate Ayam H. Tukri telah mencakup seluruh tahapan utama mulai dari pemasok ayam, proses pemotongan, pengolahan, penyimpanan, hingga distribusi dan penyajian. Setiap tahapan memiliki titik kritis yang menentukan status halal produk. Tahap pemotongan menjadi fase paling penting karena terkait langsung dengan syarat syariah dalam penyembelihan. Dari wawancara dengan pemilik usaha, diketahui bahwa ayam diperoleh dari pemasok lokal yang dianggap terpercaya dan disembelih sesuai syariat Islam. Hal ini sejalan dengan konsep *hifz ad-din* dalam *Maqasid Syariah*,

yaitu menjaga ketaatan terhadap ketentuan agama.

Dari sisi standar halal, penerapan yang ditemukan mencakup pemilihan bahan baku bersertifikat halal, pemisahan alat produksi, serta penerapan kebersihan selama proses pengolahan. Observasi lapangan juga menunjukkan adanya upaya pemisahan wadah antara bahan mentah dan matang. Upaya ini penting untuk menjaga higienitas produk serta mencegah kontaminasi silang, yang sekaligus mencerminkan aspek *hifz an-nafs* atau perlindungan terhadap keselamatan konsumen.

Kehalalan alat dan bahan baku menjadi komponen fundamental yang secara langsung memengaruhi kepercayaan konsumen. Tabel inventaris bahan baku dan alat yang disusun dalam penelitian ini memperlihatkan bahwa sebagian besar bahan tambahan, seperti kecap, saus, dan rempah, telah memiliki label halal. Demikian pula peralatan dapur seperti pisau, talenan, dan panggangan, dikhususkan untuk pengolahan sate ayam tanpa tercampur dengan bahan lain yang meragukan. Hal ini sesuai dengan prinsip *hifz al-mal* karena menjamin adanya kejelasan dan transparansi dalam pengelolaan produk, sehingga konsumen merasa mendapatkan nilai yang adil dari transaksi yang dilakukan.

Lebih jauh, dari hasil kuesioner terhadap konsumen, mayoritas responden menyatakan percaya bahwa sate ayam H. Tukri halal dikonsumsi. Faktor utama yang memengaruhi tingkat kepercayaan tersebut adalah reputasi usaha yang telah lama berdiri, kesesuaian proses dengan syariat, serta rekomendasi dari masyarakat sekitar. Temuan ini mendukung pentingnya *hifz al-'aql* dalam rantai pasok, yaitu memberikan edukasi dan informasi kepada konsumen sehingga mereka merasa yakin terhadap kehalalan produk.

Upaya menjaga konsistensi kehalalan pada rantai pasok sate ayam H. Tukri tidak hanya bermanfaat bagi keberlanjutan usaha saat ini, tetapi juga bagi generasi berikutnya. Hal ini mencerminkan aspek *hifz an-nasl*, yakni menjamin keberlanjutan pangan halal yang aman dan layak dikonsumsi. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa penerapan rantai pasok halal berbasis *Maqasid Syariah* memiliki

kontribusi nyata dalam meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk kuliner local. Hal tersebut didukung dengan adanya keempat aspek penilaian konsumen, menunjukkan korelasi kuat dengan persepsi positif konsumen terhadap halal integrity produk sate ayam H. Tukri. Temuan ini menguatkan bahwa manajemen rantai pasokan halal yang efektif, mulai dari bahan baku hingga pemasaran, memiliki kontribusi signifikan dalam membangun dan mempertahankan kepercayaan konsumen.

Simpulan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Sate Ayam H. Tukri telah menerapkan manajemen rantai pasok halal secara konsisten dan sesuai prinsip *Maqasid Syariah*, mulai dari pemilihan bahan baku, proses pembelian, pengolahan, penyimpanan, hingga penyajian. Kepatuhan pada standar halal tercermin dalam higienitas alat, pemisahan material, keterlacakan bahan baku, dan transparansi proses. Integrasi nilai *hifz ad-din*, *hifz an-nafs*, *hifz al-'aql*, *hifz an-nasl*, dan *hifz al-mal* memperkuat perlindungan terhadap aspek agama, kesehatan, kualitas produk, serta efisiensi operasional. Temuan wawancara menunjukkan tingkat kepercayaan konsumen yang tinggi, dipengaruhi oleh reputasi usaha, jaminan proses halal, serta pengaruh sosial. Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa penerapan rantai pasok halal yang terstruktur dan berbasis *Maqasid Syariah* berperan penting dalam meningkatkan kepercayaan sekaligus loyalitas konsumen.

Penelitian ini terbatas pada satu objek usaha sehingga hasilnya belum dapat digeneralisasi secara luas. Selain itu, pendekatan kualitatif yang digunakan masih bergantung pada persepsi informan dan belum didukung analisis kuantitatif. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan melibatkan lebih banyak objek serta menggunakan metode kuantitatif atau kombinasi untuk mengukur pengaruh secara lebih objektif. Pelaku usaha juga disarankan meningkatkan transparansi dan sistem keterlacakan halal guna memperkuat kepercayaan konsumen.

Daftar Pustaka

- [1] S. Syafira, "Strategi Rantai Pasok Industri Kecil Produk Rendang Tuna Di Kota Padang: Studi Kasus Pada Usaha Rendang Tuna Yonica," *J. Integr. J. Ilm. Tek. Ind.*, vol. 09, no. 01, 2024, [Daring]. Tersedia pada: <https://jurnal.um-palembang.ac.id/integrasi/article/view/8233>
- [2] D. Puspita, A. Y. Ridwan, dan N. Novitasari, "Modeling of *halal supply chain* traceability system at distribution process in the food industry based on SNI 99001:2016 using interpretive structural modelling (ISM) and MICMAC analysis," *AIP Conf. Proc.*, vol. 2568, no. 1, hal. 50007, Mar 2023, doi: 10.1063/5.0116572.
- [3] N. Palmadi Putri Surya, K. Muhammad Nur, N. Agustin Rani, dan W. Bayu, "Analisis Dampak Perspektif Pelaku Usaha Dan Tim RPA Ponorogo Terhadap Implementasi Sertifikasi Halal Menggunakan Structural Equation Modeling (SEM)," *J. REKAYASA DAN Manaj. AGROINDUSTRI*, vol. 13, hal. 116, Mar 2025, doi: 10.24843/JRMA.2025.v13.i01.p11.
- [4] A. Fageh, "Building A Synergy Between The Halal Industry And The Green Industry In The Maqasid Syari'ah Review As The Basis Of Islamic Economics," *J. Islam. Econ. Laws*, vol. 5, hal. 139–158, Mar 2022, doi: 10.23917/jisel.v5i1.17034.
- [5] R. Febriyanni, "Perkembangan Logistik Halal," *Balanc. J. Ekon. dan Bisnis Islam*, vol. 4, no. 1, hal. 21–30, 2023, doi: 10.35905/balanca.v4i1.5185.
- [6] S. I. Hilme dan R. M. Raffi, "Maqasid Approach and Shariah Rules Towards Halal Industry," *J. Halal Sci. Ind. Bus.*, vol. 2, no. 2, hal. 1–14, 2024, doi: 10.31098/jhasib.v2i2.2691.
- [7] M. D. Mohd Sirajuddin, "The Objective of *Halal supply chain*: Merging the Shariah Perspective and the Industrial Requirements," *Int. J. Acad. Res. Bus. Soc. Sci.*, vol. 14, no. 12, hal. 3878–3896, 2024, doi: 10.6007/ijarbss/v14-i12/23772.
- [8] S. Hamidifani dan B. Karim, "Analysis of the Application of Halal Certification in the Maqhasid Sharia Perspective on Consumer Confidence in Halal-Certified Msme Products in Bangkalan Regency," *Proceeding Annu. Conf. Islam. Econ. Law*, vol. 2, no. 2, hal. 101–114, 2023, doi: 10.21107/aci.v2i2.251.
- [9] M. Syauqillah, A. Rofiq, K. Khusnudin, dan N. Asnawi, "Halal Awareness Behavior of Producers and Consumers from Maqashid Sharia Perspective," *Tasharruf J. Econ. Bus. Islam*, vol. 9, no. 1, hal. 89, 2024, doi: 10.30984/tjebi.v9i1.3149.
- [10] T. Juniarto, P. P. S. Negara, dan B. Wahyudi, "Pengaruh Kinerja Pemasok Terhadap Kinerja Rantai Pasok Menggunakan Metode Structural Equation Modeling (SEM) pada PT. Tiga Serangkai," *Integr. J. Ilm. Tek. Ind.*, vol. 6, no. 1, hal. 24–31, 2021, [Daring]. Tersedia pada: <http://jurnal.um-palembang.ac.id/integrasi/index>
- [11] B. Wahyudi, S. Agustino, P. Putri, S. Negara, dan A. Mahmud, "Evaluasi Kepuasan Pelanggan terhadap Fitur Aplikasi X Menggunakan Metode Servqual Evaluating Customer Satisfaction with X Application Features Using the Servqual Method," *Integr. J. Ilm. Tek. Ind.*, vol. 10, no. 02, 2025.
- [12] S. H. Muawwanah dan A. Makhtum, "Analisis Persepsi Sertifikasi Halal Pada Pelaku Usaha Kecil Mikro Di Kabupaten Sumenep," *J. BILAL Bisnis Ekon. Halal*, vol. 3, no. 2, hal. 140–148, 2022, [Daring]. Tersedia pada: <http://ojs.polmed.ac.id/index.php/Bilal/index>
- [13] E. Sriani, N. Hasanah, dan U. Mustofa, "The Role of Sharia Compliance in Online Shop Applications in Improving Consumers' Trust," *Iqtishadia*, vol. 15, no. 2, hal. 309, 2022, doi: 10.21043/iqtishadia.v15i2.13606.
- [14] D. A. Kurniawati dan A. Cakravastia, "A review of *halal supply chain* research: Sustainability and operations research perspective," *Clean. Logist. Supply Chain*, vol. 6, Mar 2023, doi: 10.1016/j.clscn.2023.100096.

- [15] D. Utari, M. I. Fasa, dan S. Suharto, "Pengaruh Islamic Branding Dalam Pemasaran Produk Kepada Konsumen Muslim," *Tirtayasa Ekon.*, vol. 17, no. 2, hal. 177, 2022, doi: 10.35448/jte.v17i2.13604.
- [16] H. Aslan, "The influence of halal awareness, halal certificate, subjective norms, perceived behavioral control, attitude and trust on purchase intention of culinary products among Muslim costumers in Turkey," *Int. J. Gastron. Food Sci.*, vol. 32, hal. 100726, 2023, doi: <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2023.100726>.
- [17] G. W. Qomaro, "Sertifikasi Halal dalam Persepsi Konsumen pada Produk Pangan di Kabupaten Bangkalan," *Kabilah J. Soc. Community*, vol. 3, no. 2, hal. 241–251, 2018, doi: 10.35127/kabillah.v3i2.77.
- [18] A. P. Tedjakusuma, H. N. A. Yong, E. Andajani, dan Z. Z. Mohamad, "Intention to purchase halal health supplement online: Lessons learned from the health crisis," *Heliyon*, vol. 9, no. 9, Sep 2023, doi: 10.1016/j.heliyon.2023.e19840.
- [19] H. D. Faridah, "Sertifikasi Halal di Indonesia: Sejarah, Perkembangan, dan Implementasi," *J. Halal Prod. Res.*, vol. 2, no. 2, hal. 68–78, 2019.
- [20] M. K. Anwar, "Respon Pelaku Usaha Rumah Potong Ayam Terhadap Kewajiban Sertifikasi Halal," *J. Huk. Syariah*, vol. 3, no. 1, hal. 27–39, 2020.
- [21] S. Chaniago, M. Izza, B. Wijaya, dan F. Rozi, "Implementation of *Halal supply chain* in the Cooperative of Islamic Boarding School: Maqashid Syariah Perspective," *J. Huk. Islam*, vol. 22, hal. 57–88, Jun 2024, doi: 10.28918/jhi_v22i1_3.
- [22] M. Hasanah dan A. Fahrudin, "Analisis *Halal supply chain* Management (SCM) Dalam Perspektif Maqashid Syariah," *At-Tasharruf J. Kaji. Ekon. dan Bisnis Syariah*, vol. 2, hal. 73–80, Okt 2021, doi: 10.32528/at.v2i2.5424.