

Analisis Halal Supply Chain Management Produk Kosmetik Halal Terhadap  
Tingkat Kepuasan Remaja Di Kota Medan

<sup>1</sup>Raudah Azzaha Manurung, <sup>2</sup>Vina Rahmanda, <sup>3</sup>Siti Aisyah

<sup>1,2,3</sup>Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam  
Negeri Sumatera Utara

Email: [raudahazzahra288@gmail.com](mailto:raudahazzahra288@gmail.com), [vinal2r@gmail.com](mailto:vinal2r@gmail.com), [siti.aisyah@uinsu.ac.id](mailto:siti.aisyah@uinsu.ac.id)

Corresponding mail author : [raudahazzahra288@gmail.com](mailto:raudahazzahra288@gmail.com)

---

***Abstract:** Halal Supply Chain Management is halal management activities in storage, procurement, transportation, handling, shipping, inventory management, and other corporate governance strategies such as lean and value-based management. Consumer satisfaction is the level of consumer sentiment after comparing what he received with his expectations. The purpose of this study is to determine the halal supply chain management on the satisfaction level of halal cosmetic products. This study uses a descriptive method, a questionnaire distribution method with intentional simplification, a quantitative survey approach using criteria for adolescents aged 19-24 years with a sample of 100 people, and a test tool using SPSS 25. The results of this study explain when halal supply chain management (X) increases, the level of satisfaction (Y) also increases, and conversely, when the halal supply chain management (X) decreases, the level of satisfaction (Y) also decreases.*

***Keyword:** Halal Supply Chain Management, Satisfaction Level, Quantitative, SPSS.*

---

## I. Pendahuluan

Di Indonesia, perkembangan teknologi saat ini sangat bermanfaat bagi pengusaha. Untuk memenuhi permintaan konsumen, pengusaha perlu menciptakan produk yang menghadirkan kepuasan dan kenyamanan batin konsumen. Halal Supply Chain Management/ Rantai Pasokan Halal kini menjadi bisnis baru yang mendapatkan perhatian industri di seluruh dunia. Ini tidak hanya menarik dan mengancam konsep halal dengan menarik praktisi di industri makanan, tetapi juga di sektor lain seperti kosmetik, farmasi, produk perawatan kesehatan, pariwisata, hotel, dan institusi pendidikan tinggi. Kelengkapan produk Halal untuk itu perlu diketahui dan dipahami (Mohd Shariff & Ahmad, 2015). Keunggulan kompetitif dapat bergantung pada hubungan strategis jangka panjang yang erat dengan sejumlah kecil pemasok, yang mengharuskan pengusaha untuk mencari strategi yang dipilih di seluruh rantai pasokan. Keberhasilan yang dicapai tidak luput dari kelanggengan strategi yang diterapkan.

Keunggulan kompetitif dapat bergantung pada hubungan strategis jangka panjang yang erat dengan sejumlah kecil pemasok, yang mengharuskan pengusaha untuk mencari strategi yang dipilih di seluruh rantai pasokan. Keberhasilan yang dicapai tidak luput dari kelanggengan strategi yang diterapkan. Pengusaha perlu menentukan strategi rantai pasok untuk pengadaan barang dari luar. Salah satu strateginya adalah melakukan negosiasi dengan banyak pemasok.

Dalam kedua kasus tersebut, untuk membangun kemitraan jangka panjang dan memuaskan pelanggan dengan strategi ini, pemasok menanggapi permintaan pengiriman produk. Salah satunya adalah kosmetik yang banyak diminati oleh masyarakat Indonesia khususnya kalangan wanita untuk mempercantik dan memperindah penampilan. Demi

menjaga kepuasan dan kesehatan batin konsumen, manfaat produk dan aspek kepuasan batin wanita dapat ditunjukkan dengan label halal pada kemasan produk yang dikonsumsi. Dan, tentu saja, mendapatkan halal dari kosmetik membutuhkan manajemen rantai pasok halal. Dalam konsep Tieman (2012), "halal supply chain berarti kegiatan semua pihak di sepanjang rantai pasok, dari hulu hingga hilir penerapannya secara Islam. Konsep Ya, pemilihan pemasok, dimulai dengan proses manufaktur, penyimpanan dan distribusi (pemisahan penyimpanan dan pengiriman produk halal untuk menghindari kontaminasi).

Indonesia merupakan negara dengan penduduk Islam terbesar di dunia. (Indonesia Investments, 2014). Keadaan ini tentunya mempengaruhi permintaan dan permintaan pasar Halal Indonesia yang semakin meningkat. Permintaan global akan produk halal tidak terlepas dari perkembangan teknologi dan informasi saat ini. Perusahaan tata rias melaporkan lonjakan permintaan untuk produk kecantikan halal karena firma riset pasar TechNavio telah meningkatkan penjualan tahunan produk perawatan pribadi halal sebesar 14% pada 2019, melampaui pasar secara keseluruhan. (AhadTimes, 2016). Menghadapi fenomena ini, logistik dan rantai pasok produk perlu menerapkan aspek halal juga pada industri. Karena produk Halal adalah gaya hidup masa kini, semua fasilitas manufaktur dan rantai pasokan yang digunakan harus dijamin Halal. (Giménez & Lourenco, 2015).

Ketika pelanggan puas dengan strategi ini, pemasok menanggapi permintaan pengiriman produk. Salah satunya adalah kosmetik yang banyak diminati oleh masyarakat Indonesia khususnya kalangan wanita untuk mempercantik dan memperindah penampilan. Demi menjaga kepuasan dan kesehatan batin konsumen, manfaat produk dan aspek kepuasan batin wanita dapat ditunjukkan dengan label halal pada kemasan produk yang dikonsumsi. Tentunya untuk mendapatkan kehalalan dari kosmetik diperlukan manajemen rantai pasok halal. Manajemen rantai pasok halal diterapkan untuk meningkatkan kepercayaan konsumen, keamanan dan kenyamanan produk yang mereka konsumsi, dan terutama untuk memastikan produk dari awal proses pembuatan hingga ke tangan konsumen. Oleh karena itu, konsumen berhak mengetahui proses dari pemasok ke pelanggan dan menyandang logo label Halal. Hal ini merupakan bagian dari transparansi informasi bagi konsumen dan bagian dari promosi perusahaan itu sendiri. (Gimenez, dkk. 2015).

Berdasarkan fenomena di atas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul "Analisis Halal Supply Chain Management Produk Kosmetik Halal Terhadap Tingkat Kepuasan Remaja Di Kota Medan".

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka penulis merumuskan pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaruh halal supply chain management terhadap tingkat kepuasan produk kosmetik halal?

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui halal supply chain management terhadap Tingkat kepuasan produk kosmetik halal.

## **II. Landasan Teori**

### **Halal Supply Chain Management**

Menurut Ngah & Zainuddin (2012), Halal Supply Chain Management adalah Halal aktivitas manajemen dalam penyimpanan, pengadaan, transportasi, penanganan, pengiriman, manajemen persediaan, dan strategi tata kelola perusahaan lainnya seperti manajemen ramping dan berbasis nilai."

### Kepuasan

Kepuasan konsumen adalah tingkat sentimen konsumen setelah membandingkan apa yang diterimanya dengan harapannya (Umar, 2005: 65). Pelanggan yang puas dengan nilai yang ditawarkan produk atau layanan lebih mungkin untuk tetap menjadi pelanggan jangka panjang. Di sisi lain, menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, kepuasan konsumen adalah rasa senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) suatu ide produk dengan kinerja yang diharapkan (2007: 177).

### III. METODE

Survei ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif berbasis pendekatan survei ketika pengumpulan data dari survei ini menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada sampel survei, tetapi tentu saja sampel survei berasal dari subjek survei yang akan digali. Populasi penelitian ini adalah 202.173 (hasil dari data survey Badan Pusat Statistik Kota Medan Tahun 2020), sehingga peneliti menggunakan metode Slovin untuk menentukan sampel survey. Metode penyebaran angket menggunakan penyederhanaan yang disengaja, kriteria untuk remaja berusia 20-24 tahun. Alat uji menggunakan SPSS25.

### IV. Hasil Dan Pembahasan

#### Rumus Slovin

$$n = \frac{N}{1 + N e^2}$$

Keterangan: 0,01 2022,73

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

E= Persentase kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel yang masih bisaditolerir; e = 0,1

$$n = \frac{202.173}{1+202.173 (0,1)^2} = 99,95$$

Jumlah sampel digenapkan menjadi 100

Sampel dalam penelitian ini adalah remaja di Kota Medan yang berumur 19-24 yang diambil dalam sebanyak 100 orang dengan karakteristik sebagai berikut:

**Tabel 1. Karakteristik Responden Dilihat Dari Usia**

No.	Umur	Jumlah Sample (Orang)	Persentase (%)
1	<20 Tahun	42	42%
2	20-25 Tahun	58	58%
	<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

**Tabel 2. Karakteristik Responden Dilihat dari Jenis Pekerjaan**

No.	Jenis Kelamin	Jumlah Sample (Orang)	Persentase (%)
1	Mahasiswa	66	66%
2	Wiraswasta	34	34%
	<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

**Pembahasan**  
**Skala Likert**

Menurut Siregar (2016:138), skala likert adalah ukuran sikap, pendapat, dan persepsi seseorang terhadap suatu objek atau fenomena tertentu. Fenomena ini didefinisikan dengan jelas oleh penulis dan disebut di bawah ini sebagai variabel penelitian.

**Tabel 3. Skor Jawaban Responden**

Jawaban	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

**Uji Validitas**

Menurut Siregar (2016:162) validitas atau validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat mengukur apa yang ingin diukurnya. Di sisi lain, Muhidin dan Abdurahman (2017:30) mengemukakan bahwa alat ukur yang mengukur efektif jika alat ukur tersebut dapat mengukur secara akurat apa yang ingin diukurnya. Untuk rhitung dengan taraf signifikansi 0,05  $r_{tabel}$ . Jika  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$ , perangkat divalidasi.

**Uji Reliabilitas**

Menurut Muhidin dan Abdurahman (2017:37), suatu alat ukur dikatakan reliabel jika pengukurannya konsisten akurat. Oleh karena itu, kami melakukan uji keandalan alat dengan tujuan untuk mengetahui keawetan hasil pengukuran sebagai alat ukur yang handal. Hasil pengukuran dapat diandalkan hanya jika beberapa pengukuran oleh penguji dalam kelompok yang sama menghasilkan hasil yang relatif sama, kecuali aspek yang diukur dari pengujian telah berubah.

**Analisis Regresi Linier Sederhana**

Menurut Muhidin dan Abdurahman (2017:187), analisis regresi mengkaji hubungan antara dua variabel atau lebih, terutama untuk pola hubungan yang modelnya belum diketahui sepenuhnya, atau untuk beberapa variabel independen. Digunakan untuk mengetahui bagaimana variabilitas terkait dengan satu sama lain dalam fenomena yang kompleks.

**Uji t ( Uji Parsial)**

Menurut Priyastama (2017: 88), uji t digunakan untuk menguji secara parsial pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Ini juga dapat digunakan untuk menentukan pengujian hipotesis untuk variabel apa pun.

**Uji Validitas**

**Tabel 4. Hasil Uji Validitas Kuesioner Variabel X**

No Item	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Sig	Kreteria
1	0,761	0,444	0,001	Valid
2	0,762	0,444	0,001	Valid
3	0,796	0,444	0,001	Valid
4	0,889	0,444	0,001	Valid

5	0,843	0,444	0,001	Valid
6	0,849	0,444	0,001	Valid
7	0,820	0,444	0,001	Valid
8	0,893	0,444	0,001	Valid
9	0,858	0,444	0,001	Valid
10	0,872	0,444	0,001	Valid
11	0,849	0,444	0,001	Valid

**Tabel 5. Hasil Uji Validasi Kuisioner Variabel Y**

No Item	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Sig	Kreteria
1	0,682	0,444	0,001	Valid
2	0,724	0,444	0,001	Valid
3	0,862	0,444	0,001	Valid
4	0,888	0,444	0,001	Valid
5	0,885	0,444	0,001	Valid
6	0,837	0,444	0,001	Valid

Dari dua tabel di atas, kita dapat menyimpulkan bahwa semua pertanyaan tentang variabel *supply chain management* (variabel X) dan tingkat kepuasan (variabel Y) telah divalidasi karena nilai semua perangkat lebih besar dari  $r_{tabel}$  dan hasilnya valid.

#### Uji Reliabilitas

**Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner Variabel X**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.955	11

**Tabel 7. Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner Variabel Y**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.897	6

Dari kedua tabel di atas dapat disimpulkan bahwa nilai cronbach's alpha lebih besar dari nilai  $r_{tabel}$  yaitu 0,444, dan kedua variabel tersebut dapat dinyatakan reliabel dan dapat digunakan sebagai alat akuisisi data.

#### Uji Analisis Regresi Linier Sederhana

**Tabel 8. Hasil Uji Analisa Regresi Sederhana**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.521	1.430		3.162	.002
	HALAL SCM	.443	.030	.835	15.019	<.001

a. Dependent Variable: Tingkat Kepuasan

Berikut adalah persamaan regresi linier sederhana dengan dua variabel bebas:

$$Y = a + b X$$

Y adalah variabel dependen prediktif, a adalah nilai konstanta, b adalah koefisien regresi, dan X adalah variabel independen. Dari hasil pengolahan data sederhana analisis regresi linier di atas dapat dirumuskan:

$$Y = 4.521 + 0,443 X$$

Dari rumusan di atas dapat dijelaskan bahwa nilai konstanta adalah 4.521. Artinya jika nilai variabel adalah 0, maka variabel tingkat kepuasaan Nilai tetapnya adalah 4.521. Nilai koefisien untuk halal *supply chain management* adalah 0,443. Artinya semakin bertambahnya variabel halal *supply chain management* sebesar satu satuan maka nilai variabel tingkat kepuasaan meningkat sebesar 0,443.

### Uji t ( Uji Parsial)

**Tabel 9. Hasil Uji t (Uji Parsial)  
Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.521	1.430		3.162	.002
	HALAL SCM	.443	.030	.835	15.019	<.001

a. Dependent Variable: Tingkat Kepuasan

Pada hasil tabel hasil uji t (parsial) didapat nilai  $t_{hitung}$  variabel halal *supply chain management* (X) sebesar 15,019 lebih besar dari 3,162 dan nilai signifikan sebesar 0,002 lebih kecil dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel halal *supply chain management* (X) berpengaruh positif secara signifikan terhadap tingkat kepuasan (Y). Nilai  $t_{hitung}$  menunjukkan angka positif, menunjukkan pengaruh yang positif yang artinya apabila halal *supply chain management* (X) meningkat maka tingkat kepuasan (Y) juga meningkat dan sebaliknya apabila halal *supply chain management* (X) menurun tingkat kepuasan juga ikut menurun (Y).

### V. Kesimpulan

Berikut ini penulis tarik kesimpulan dari hasil penelitian dan pembahasan.

1. Hasil uji validitas angket yang disebar menunjukkan bahwa semua butir angket dalam angket valid dengan membandingkan  $t_{hitung}$  dan  $t_{tabel}$ .  $t_{hitung}$  untuk setiap elemen lebih besar dari  $t_{tabel}$ .
2. Hasil uji reliabilitas yang dilakukan terhadap angket yang disebar menunjukkan bahwa nilai cronbach's alpha lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  sebesar 0,444, sehingga kedua variabel tersebut dapat dinyatakan reliabel dan digunakan sebagai alat pengumpulan data.
3. Berdasarkan uji-t (subtest), nilai  $t_{hitung}$  untuk variabel X (halal *supply chain management*) adalah 15,019 lebih besar dari 3,162 dan nilai signifikansi 0,002 lebih kecil dari 0,05. Nilai  $t_{hitung}$  menunjukkan angka positif. Ini memiliki efek positif. Artinya, ketika halal *supply chain management* (X) meningkat, demikian juga tingkat kepuasan (Y), dan ketika halal *supply chain management* (X) menurun, demikian juga tingkat kepuasan (Y).

**VI. Daftar Pustaka**

- Ab Talib Mohamed Syazwan dkk. "Halal supply chain critical success factors: a literaturereview" *Journal of Islamic Marketing* Vol. 6 No. 1, 2015.
- Febriyana, K, A Y Ridwan, and ... 2019. "Perancangan Sistem Halal Modul Manufacturing Berbasis Enterprise Resource Planning Menggunakan Odoo Pada Industri Kosmetik Dengan Metode Asap (Studi ...." *EProceedings ...* 6 (2): 8337-49.
- Hinestroza, Denniye. 2018. "Analisis Halal Supply Chain Management Produk Kosmetik Halal Terhadap Tingkat Kesadaran Dan Kepuasan Mahasiswi Yogyakarta!" *Analisis Halal Supply Chain Management Produk Kosmetik Halal Terhadap Tingkat Kesadaran Dan Kepuasan Mahasiswi Yogyakarta* 7: 1-25.
- Kadir, Muhammad Hijrah Abd, Raja Zuraidah Raja Mohd Rasi, Siti Sarah Omar, and Zariq Imran Abdul Manap. 2016. "Halal Supply Chain Management Streamlined Practices: Issues and Challenges." *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering* 160 (1).
- Mohammadian, F, and B Hajipour. "Halal Cosmetics Supply Chain - A Conceptual Model." *International Journal Supply Chain Management* Vol 5 No 1, 2015: 33-4.
- Carrie Amani Annabi and Olufunbi Olajumoke Ibidapo-Obe "Halal certification organizations in the United Kingdom" *Journal of Islamic Marketing* Vol. 8 No. 1, 2017: 113-114.
- Muhidin, Sambas Ali, dan Maman Abdurahman. 2017. *Analisis Korelasi, Regresi, dan Jalur Dalam Penelitian Dilengkapi dengan Aplikasi Program SPSS*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Nakyinsige, K., Man, Y.B.C. and Sazili, A.Q. (2012), "Halal authenticity issues in meat and meat products", *Meat Science*, Vol. 91 No. 3, pp. 207-214.
- Siregar, Sofyan. 2016. *Statistika Deskriptif untuk Penelitian Dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Tieman Marco dkk. "Principles in halal supply chain management" *Journal of Islamic Marketing* Vol. 3 No. 3, 2012 : 216-226.
- Tjiptono, Fandy dan Anastasia Diana. 2003. *Total Quality Manajemen*. Edisi Revisi. Andy: Yogyakarta.