

# **Analisis Halal Supply chain management Produk Kosmetik Halal Terhadap Kepuasan Generasi Milenial di Kabupaten Deli Serdang**

## ***Halal Supply Chain Management Analysis of Halal Cosmetic Products on Millennial Generation Satisfaction in Deli Serdang Regency***

**Indah Cahya Sagala, Fauziah Rahman\* & Sucitra Dewi**

Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Medan Area, Indonesia

Diterima; 04 Oktober 2023; Direview: 08 Oktober 2023; Disetujui: 19 November 2023

\*Corresponding Email: [fauziahrahman@staff.uma.ac.id](mailto:fauziahrahman@staff.uma.ac.id)

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh *halal supply chain management* pada produk kosmetik halal terhadap kepuasan konsumen generasi milenial di Kabupaten Deli Serdang. Jenis penelitian yang digunakan yaitu kuantitatif korelasional yang bertujuan untuk melihat pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen. Jenis data yang digunakan yaitu data primer berupa kuisioner yang disebarluaskan melalui social media. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh generasi milenial yang menggunakan produk kosmetik halal di Kabupaten Deli Serdang. Pemilihan lokasi Kabupaten Deli Serdang dikarenakan Deli Serdang merupakan kabupaten dengan jumlah penduduk generasi milenial dan beragama muslim terbanyak di Provinsi Sumatera Utara. Pengambilan sampel ditentukan berdasarkan teori Malhotra sehingga di peroleh jumlah sampel sebanyak 160 sampel. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa *halal supply chain management* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen generasi milenial di Kabupaten Deli Serdang. Adanya penelitian ini diharapkan perusahaan atau produsen kosmetik dapat lebih memperhatikan kehalalan suatu produk dari mulai bahan, pembuatan sampai pendistribusian kosmetik ke tangan konsumen dengan tetap menggunakan ketentuan islam atau sesuai syariat.

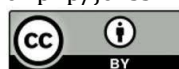
**Kata Kunci:** *Halal Supply Chain Management*; Kepuasan Konsumen; Kosmetik; Generasi Milenial

### **Abstract**

*This research aims to determine the influence of halal supply chain management for halal cosmetic products on millennial generation consumer satisfaction in Deli Serdang Regency. The type of research used is quantitative associative which aims to determine the influence between the independent variable and the dependent variable. The type of data used is primary data in the form of a questionnaire distributed via social media. The population in this study is the entire millennial generation who use halal cosmetic products in Deli Serdang Regency. The location for Deli Serdang Regency was chosen because Deli Serdang is the regency with the largest population of the millennial generation and Muslims in Sumatera Utara Province. Sampling was determined based on Malhotra's theory so that a total sample of 160 samples was obtained. The results of this research state that halal supply chain management has a positive and significant effect on millennial generation consumer satisfaction in Deli Serdang. With this research, it is hoped that cosmetic companies or manufacturers can pay more attention to the halalness of a product, from ingredients, manufacture to distribution of cosmetics to consumers while still using Islamic provisions or in accordance with sharia.*

**Keywords:** *Halal Supply Chain Management; Consumer Satisfaction; Cosmetics; Millennial Generation*

**How to Cite:** Sagala, I.C, Rahman, F., & Dewi, S., (2023). Analisis Halal *Supply chain management* Produk Kosmetik Halal Terhadap Tingkat Kepuasan Generasi Milenial di Kabupaten Deli serdang. Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS). 6 (2): 657 -663



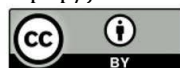
## PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara yang memiliki potensi pusat negara halal dunia baik dari sector pariwisata, fasion, makanan, kosmetik dan farmasi, dikarenakan Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki penduduk Islam terbanyak di dunia dengan jumlah penduduk 273,8 juta jiwa (Hasanah & Fahrudin, 2020). Keseriusan Indonesia dalam menyediakan produk halal dibuktikan dengan lahirnya Undang – undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (UUJPH) (Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia, 2014). Adapun beberapa dukungan Pemerintah Indonesia dalam mendukung produk halal yaitu dengan menyediakan sertifikasi halal oleh Majelis Ulama Indonesia (Aziz et al., 2021).

Halal adalah istilah Qur'an yang memiliki arti boleh, diijinkan atau sah, sedangkan haram ialah suatu yang dilarang atau , melanggar hukum (Rohaeni & Sutawijaya, 2020). Sejalan dengan pendapat Qardhawi (2000) yang menyatakan bahwa halal merupakan sesuatu yang boleh dikerjakan, syariat membenarkan, dan pelaku tidak terkena sanksi dari Allah SWT. Berdasarkan syari'ah Islam, segala sesuatu yang berkaitan dengan halal dan haram begitupun semua perselisihan harus merujuk kepada Qur'an dan Sunnah. Adapun beberapa produk yang halal adalah produk yang diolah dan berbahan baku yang sesuai dengan syariat Islam dan tidak mengandung unsur haram, mulai dari bahan baku, bahan tambahan serta bahan penolong lainnya (Ernawati, 2015). Penggunaan produk halal dan non-halal dapat mempengaruhi berbagai aspek kehidupan umat muslim termasuk keselamatan, kesejahteraan hewan, keadilan social dan lingkungan yang berkelanjutan sehingga tidak terbatas hanya pada makanan dan minuman (Baharuddin et al., 2015).

Berdasarkan Laporan *State of the Global Islamic Economy Report* (SGIER) Tahun 2022, Indonesia menjadi peringkat keempat dalam mendukung bisnis halal dalam berbagai sektor, dan khusus untuk sector farmasi dan kosmetik menempati peringkat sembilan secara global (Dinar Standard, 2022). Sedangkan berdasarkan *Indonesian Halal Economic Report*, menyatakan bahwa Indonesia merupakan pasar konsumen halal terbesar di dunia dengan pengeluaran konsumen mencapai 184 miliar USD, dan industri kosmetik halal menjadi satu satunya yang memiliki poyeksi pertumbuhan yang meningkat dari tahun 2019 sampai tahun 2025, tercatat memiliki nilai pasar sebesar 4.19 miliar USD pada dan diproyeksikan bertumbuh hingga 8% per tahun hingga 2023 dan proyeksi pertumbuhan hingga tahun 2025 mencapai 12,62 % (Indonesia Halal Lifestyle Center, 2021). Adanya proyeksi pertumbuhan konsumsi kosmetik halal tersebut menjadi salah satu bukti bahwa kehalalan suatu produk kosmetik merupakan hal yang penting, untuk itu perlu adanya suatu strategi untuk menjaga kehalalan produk kosmetik sehingga dapat menumbuhkan kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya (Umar & Husein, 2016). Adapun indikator untuk mengukur kepuasan konsumen antara lain (1) perbandingan antara kualitas yang diberikan dan harapan, (2) Penilaian terhadap tingkat kepuasan dari pribadi seseorang, (3) ada atau tidaknya respon negatif dan positif (Shodiq et al., 2018). Maka, dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen adalah preferensi pribadi, ada yang memberikan respon yang baik ataupun sebaliknya.

Untuk menjaga kepuasan konsumen produk halal seperti kosmetik halal membutuhkan kerjasama dan tanggung jawab seluruh rantai pemasok dan penggunaan ketertelusuran kebijakan. Kehalalan suatu produk dapat dijamin dengan pemberian label halal, dan pemberian label halal didapatkan melalui sertifikasi halal dengan mengikuti proses dan memenuhi syarat-syarat yang telah ditetapkan. Sertifikasi halal merupakan proses untuk mendapatkan sertifikat halal , dan untuk mendapatkannya, tentu sebuah produk harus melalui dahulu proses yang bernama *halal supply chain management* (Giyanti & Indriastiningsih, 2019). Halal Supply Chain Manajement merupakan jaringan halal dengan tujuan untuk memperluas intergritas halal dari sumber awal sampai ke titik pembelian konsumen (Tieman et al., 2010). Menurut (Nghah et al., 2014) menyatakan bahwa Halal Supply Chain Manajemen merupakan proses bisnis dan aktivitas yang mencakup bidang pergudangan, *sourcing process*, transportasi, pengelolaan produk, manajemen persediaan, dan manajemen lain mulai dari bahan mentah hingga menjadi produk yang dapat digunakan berlandaskan hukum Islam. Sejalan dengan pendapat Bahrudin et al. (2011) yang menyatakan bahwa *halal supply chain manajement* merupakan suatu proses pengolahan pengadaan, perherakan, penyimpanan dan penanganan bahan, persediaan, barang setengah jadi, hingga barang jadi yang sesuai dengan prinsip syariah. Berdasarkan hal tersebut *halal supply chain*



*manajemen* dapat membantu menyediakan produk kosmetik halal berkualitas tinggi dengan mengontrol pemilihan bahan baku dari pengecer, proses produksi, penyimpanan, hingga distribusi dan pemesanan produk sehingga mampu meningkatkan kepuasan konsumen terhadap produk halal (Azzahara et al., 2022). Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sari et al (2022) menyatakan bahwa kesadaran *halal supply chain management* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Penelitian Manurung et al (2022) mengatakan bahwa ketika *halal supply chain management* ditingkatkan maka kepuasan konsumen juga meningkat. Berbeda dengan hasil penelitian Giyanti & Indriastiningsih (2019) yang menyatakan bahwa tidak adanya perbedaan yang signifikan pada margin keuntungan UKM sebelum dan sesudah memperoleh sertifikat halal serta antar UKM bersertifikat halal dan tidak bersertifikat.

Berdasarkan fenomena tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul "Analisis *Halal Supply chain management* Produk Kosmetik Halal Terhadap Kepuasan Generasi Milenial di Kabupaten Deli Serdang". Dasar pemilihan objek penelitian ini yaitu generasi milenial merupakan pasar potensial untuk produk kosmetik sehingga memunculkan peluang yang sangat besar untuk melihat sejauh mana tingkat kepuasan konsumen terhadap produk kosmetik halal (Handriana et al., 2020). Adapun yang dimaksud dengan generasi milenial generasi yang peka terhadap teknologi dan generasi yang lahir pada tahun 1980 – 2000 dengan usia saat ini antara 23 tahun sampai dengan 40 tahun (Hidayatullah et al., 2018). Sedangkan lokasi penelitian di kabupaten Deli Serdang dikarenakan Kabupaten Deli Serdang memiliki jumlah penduduk muslim terbanyak di Provinsi Sumatera Utara dengan jumlah penduduk muslim sebanyak 1.402.282 jiwa (Badan Pusat Statistik Sumatera Utara, 2021). Kabupaten Deli Serdang juga memiliki jumlah generasi milenial terbanyak di Provinsi Sumatera Utara yaitu sebanyak 518.741 jiwa (Badan Pusat Stat Deli Serdang, 2020).

Berdasarkan latar belakang di atas, maka hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut :  
H1 : Terdapat pengaruh positif dan signifikan *Halal Supply chain management* terhadap Kepuasan Konsumen Generasi Milenial di Kabupaten Deli Serdang.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif asosiatif untuk melihat pengaruh antara variabel independen (variabel X) terhadap variabel dependen (variabel Y) (Sugiyono, 2019). Variabel independen (X) pada penelitian ini yaitu Halal Supply Chain Manajemen dan variabel dependen (Y) yaitu Kepuasan Konsumen. Jenis data yang digunakan yaitu data kuantitatif dengan jenis data primer berupa kuisioner dalam bentuk *Google Form* yang disebarluaskan melalui media sosial seperti facebook, whatsapp, Instagram. Sebelum kuisioner disebarluaskan kepada responden sebenarnya, terlebih dahulu dilakukan uji untuk menilai sah atau tidaknya kuisioner dengan melihat signifikansi  $< 0,05$  dan uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur konsistensi jawaban responden dalam suatu kuisioner dengan menggunakan cronbach's alpha (Sugiyono, 2019). Uji validitas dan uji reliabilitas dilakukan kepada 20 orang responden yang merupakan generasi milenial yang menggunakan produk kosmetik halal yang bertempat tinggal di Kabupaten Deli Serdang diluar dari sampel penelitian.

Uji asumsi klasik yang digunakan pada penelitian ini, uji normalitas dengan menggunakan kolmogorov smirnov; uji heteroskedastisitas menggunakan *spearman's rho* bertujuan untuk pengujian apakah terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Uji hipotesis juga dipakai pada penelitian ini guna memperkirakan asumsi sementara dari penelitian terdahulu. Uji signifikansi antara variabel independen dan dependen secara parsial dilakukan menggunakan uji parsial t dan koefisien determinasi ( $R^2$ ) (Sugiyono, 2019).

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan, sedangkan sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi (Sugiyono, 2019). Berdasarkan pengertian populasi dan sampel tersebut maka populasi pada penelitian ini yaitu seluruh generasi milenial yang menggunakan produk kosmetik halal di Kabupaten Deli Serdang, dikarenakan jumlah populasi tidak diketahui, maka penentuan jumlah sampel menggunakan rumus dari Teori Malhotra yaitu jumlah item pertanyaan dikali 10 (Malhotra, 2014). Penelitian ini memiliki 16 item pertanyaan



sehingga jumlah sampelnya sebesar 160 sampel. Analisis menggunakan regresi linier sederhana dengan software IBM SPSS 24 sebagai alat analisis data. Model persamaan regresi linear sederhana pada penelitian ini dapat dilihat di persamaan (1).

$$Y = \alpha + b_1X_1 + e \dots\dots\dots (1)$$

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

Berdasarkan tabel 1 mengenai karakteristik Responden menunjukkan bahwa mayoritas responden berusia 23 – 30 sebanyak 79%, dan 86 % responden berjenis kelamin perempuan. Berikut karakteristik responden secara menyeluruh dapat dilihat pada tabel. 1:

**Tabel 1. Karakteristik Responden Dilihat**

Keterangan	Jumlah	%
Usia		
23 – 30 tahun	127	79%
31 – 40 tahun	33	21%
Total	160	100%
Jenis Kelamin		
Laki-Laki	23	14%
Perempuan	137	86%
<b>Total</b>	<b>160</b>	<b>100%</b>

Sumber Tabel: Data diolah SPSS (2023)

**Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas**

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa setiap item pernyataan memiliki signifikansi < 0,05, hal ini menunjukkan bahwa item pertanyaan dalam kuisisioner dinyatakan valid. Hasil uji reliabilitas, menunjukkan semua item pernyataan kuisisioner memiliki nilai > 0,70, artinya tem pertanyaan dalam kuisisioner dinyatakan reliabel.

**Hasil Uji Asumsi Klasik**

Hasil output SPSS nilai Kolmogorov-Smirnov sebesar 1,244 dengan signifikansi sebesar 0,091 > 0,05 artinya data berdistribusi secara normal. Hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan setiap nilai variable independen 0,125 > 0,05 artinya variabel independen terbebas dari adanya heteroskedastisitas.

**Hasil Uji Parsial (uji t)**

Berdasarkan hasil pengujian analisis regresi linier sederhana dengan menggunakan aplikasi SPSS, maka persamaan regresi yang diperoleh adalah sebagai berikut:

$$Y = 1,462 + 0,676X_1 + e$$

Persamaan regresi tersebut merupakan hasil perolehan dari output SPSS yang disajikan pada table 2. Pada kolom B nilai *constant* (b<sub>0</sub>) adalah 1,462 dan nilai *halal supply chain management* (b<sub>1</sub>) adalah 0,676, sehingga didapatkan persamaan regresi seperti diatas. Maka, dapat diperkirakan bahwa jika tidak ada nilai pada *halal supply chain management*, maka nilai tingkat kepuasan konsumen adalah 1,462. Selain itu, setiap penambahan 1 pada nilai *halal supply chain management*, maka nilai tingkat kepuasan konsumen bertambah sebesar 0,676.

**Tabel 2. Hasil Uji Regresi Linier Sederhana**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
<b>1 (Constant)</b>	1,462	,203		7,210	,000
<b>hscm_mean</b>	,676	,046	,758	14,590	,000

Dependent Variable: Kepuasan\_mean

Sumber tabel: Output SPSS, data diolah (2023)



Hasil output SPSS pada table 2, secara uji statistik parsial menunjukkan bahwa nilai signifikansi yaitu sebesar  $0,000 < 0,05$ . Sedangkan nilai  $t_{hitung}$  variabel *halal supply chain management* sebesar 14,590 lebih besar dari dari 1,65443 maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan *halal supply chain management* terhadap tingkat kepuasan generasi milenial di Kabupaten Deli Serdang.

**Tabel 3. Hasil Uji Determinasi ( $R^2$ )**

<b>Model Summary</b>				
<b>Model</b>	<b>R</b>	<b>R Square</b>	<b>Adjusted R Square</b>	<b>Std. Error of the Estimate</b>
<b>1</b>	<b>,758a</b>	<b>,574</b>	<b>,571</b>	<b>,29356</b>

Predictors: (Constant), hscm\_mean

Sumber: Output SPSS, data diolah (2023)

Tabel 3 merupakan hasil analisis koefisien determinasi regresi linier sederhana dengan nilai  $R^2$  (adjusted R Square) 0,574, artinya pengaruh dari variabel bebas *halal supply chain management* terhadap variabel terikat kepuasan konsumen sebesar 57,4% dan sebesar 42,6% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

### **Pengaruh Halal Supply chain management terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen**

Berdasarkan analisis yang dilakukan pada regresi dan hipotesis terkait, diperoleh kesimpulan bahwa implementasi manajemen rantai pasokan yang memperhatikan prinsip-prinsip halal (*halal supply chain management*) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumen. Hal ini menandakan bahwa penerapan konsep halal dalam manajemen rantai pasokan dapat meningkatkan kepuasan konsumen, khususnya di kalangan generasi milenial.

Kepuasan konsumen merupakan evaluasi subjektif terhadap persepsi pelanggan terhadap produk atau layanan yang mereka terima berdasarkan perbandingan antara harapan yang mereka miliki dengan pengalaman yang mereka dapatkan setelah menggunakan produk tersebut (Riyadi, 2018). Dalam konteks ini, tingkat kepuasan konsumen dapat ditingkatkan ketika produk atau layanan yang disediakan sesuai dengan harapan dan kebutuhan yang diinginkan oleh konsumen.

Selain itu, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa generasi milenial cenderung setuju bahwa produk kosmetik yang mereka gunakan harus memiliki sertifikasi halal. Hal ini menegaskan bahwa kesadaran akan kehalalan produk semakin menjadi pertimbangan penting bagi konsumen, khususnya dalam hal produk-produk yang digunakan secara langsung pada tubuh, seperti produk kosmetik.

Secara keseluruhan, temuan ini mengindikasikan bahwa adopsi konsep halal dalam manajemen rantai pasokan memiliki dampak positif dalam meningkatkan kepuasan konsumen, terutama di kalangan generasi milenial yang semakin memperhatikan aspek kehalalan dalam produk yang mereka gunakan. Hal ini menunjukkan pentingnya perusahaan dalam memperhatikan aspek halal dalam produksi dan penyediaan produk mereka guna menjawab kebutuhan dan harapan konsumen masa kini.

Produk kosmetik memiliki kepentingan tersendiri dalam hal sertifikasi halal dan keselamatan bagi pengguna. Sertifikasi halal tidak hanya terbatas pada keabsahan bahan yang digunakan, namun juga melibatkan proses produksi yang bebas dari bahan-bahan yang dianggap haram, najis, atau terkontaminasi. Hal ini menjadikan pentingnya implementasi *halal supply chain management* dalam industri kosmetik.

Manajemen rantai pasokan yang berfokus pada prinsip-prinsip halal memastikan bahwa setiap tahap produksi, mulai dari sumber bahan baku hingga produk akhir yang sampai ke konsumen, dilakukan sesuai dengan prinsip-prinsip halal. Ini mencakup aspek pergudangan, transportasi, penanganan produk, manajemen inventaris, serta pengadaan dan pengelolaan pesanan. Seluruh proses ini harus mematuhi ketentuan dalam ajaran Islam atau syariat yang berlaku.

Perusahaan kosmetik yang menerapkan *halal supply chain management* tidak hanya memastikan kehalalan bahan baku, tetapi juga mengawasi setiap tahap produksi dan distribusi. Dengan demikian, produk yang dihasilkan tidak hanya sesuai dengan prinsip halal, tetapi juga memenuhi standar keamanan bagi pengguna. Hal ini tidak hanya memberikan keyakinan kepada konsumen yang memperhatikan aspek kehalalan, tetapi juga menunjukkan komitmen perusahaan

dalam menyediakan produk yang aman dan sesuai dengan prinsip agama. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan beberapa penelitian terdahulu yaitu penelitian yang dilakukan oleh Manurung et al. (2022), yang menyatakan bahwa *halal supply chain management* berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan remaja di kota Medan. Sari et al (2022) menyatakan bahwa kesadaran *halal supply chain management* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Azzahara et al. (2022) yang menyatakan bahwa *halal supply chain management* yang telah diterapkan dalam suatu produk terutama pada produk kosmetik sangat memberikan pengaruh yang positif kepada kepuasan dan kesadaran masyarakat Indonesia.

## SIMPULAN

Simpulan dari penelitian menunjukkan bahwa penerapan *halal supply chain management* pada produk kosmetik berdampak positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan generasi milenial di Kabupaten Deli Serdang. Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa penggunaan *halal supply chain management* dapat meningkatkan nilai suatu produk kosmetik, yang berpotensi meningkatkan penjualan produk tersebut. Angka interpretasi nilai adjusted R<sup>2</sup> sebesar 57,4% menggambarkan bahwa kepuasan konsumen erat kaitannya dengan kehalalan produk. Hal ini menegaskan bahwa proses untuk mendapatkan label halal bagi suatu produk kosmetik melibatkan serangkaian proses yang rinci dan panjang, yang dikenal sebagai penerapan *halal supply chain management*.

Hasil temuan dari penelitian ini dapat menjadi acuan bagi perusahaan kosmetik yang belum menerapkan *halal supply chain management*. Adopsi sistem ini diharapkan dapat menjamin keamanan dan kenyamanan konsumen dalam menggunakan produk kosmetik, sehingga menjadi strategi bisnis yang berdampak positif bagi perusahaan. Menerapkan konsep ini juga dapat meningkatkan citra perusahaan di mata konsumen, khususnya bagi mereka yang memprioritaskan produk yang memenuhi standar kehalalan dalam ajaran agama

## UCAPAN TERIMAKASIH

Terima kasih kepada pihak Yayasan Haji Agus Salim dan Pihak Universitas Medan Area yang memberikan dana penelitian lewat program Dana Internal Yayasan (DIYA) tahun 2023.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aziz, F., Setyorini, R., & Hasanah, Y. N. (2021). Analisis Halal Supply Chain pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Makanan di Kota Bandung. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(1), 293. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i1.1936>
- Azzahara, R. V., Nofriansyah, D., & Aisyah, S. (2022). Analisis Penerapan Halal Supply chain management Terhadap Tingkat Kesadaran Masyarakat Dalam Penggunaan Produk Kosmetik Wardah. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)*, 1(1), 129–138.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Deli Serdang. (2020). *Kabupaten Deli Serdang Dalam Angka Penyediaan Data untuk Perencanaan Pembangunan Deli Serdang Regency in Figures Delivering Data to Inform Development Planning 2020*.
- Badan Pusat Statistik Sumatera Utara. (2021). *Jumlah Penduduk Menurut Kabupaten/Kota dan Agama yang Dianut, 2020*.
- Baharuddin, K., Kassim, N. A., Nordin, S. K., & Buyong, S. Z. (2015). Understanding the Halal Concept and the Importance of Information on Halal Food Business Needed by Potential Malaysian Entrepreneurs. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 5(2), 170–180. <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v5-i2/1476>
- Bahrudin, S. S. M., Illyas, M. I., & Desa, M. I. (2011). Tracking and tracing technology for halal product integrity over the supply chain. *Proceedings of the 2011 International Conference on Electrical Engineering and Informatics, ICEEI 2011, July*. <https://doi.org/10.1109/ICEEI.2011.6021678>
- Dinar Standard. (2022). State of the Global Islamic Economy Report: Unlocking Opportunity. In *State of the Global Islamic Economy Report 2020/21*. <https://haladinar.io/hdn/doc/report2018.pdf>
- Ernawati, T. (2015). *Pengaruh Label Halal dan Tingkat Harga terhadap Keputusan Menggunakan Produk Kosmetik (Studi Kasus: Mahasiswi Universitas Islam Negeri (UIN) Syarif Hidayatullah Jakarta*. UIN Syarif Hidayatullah.
- Giyanti, I., & Indriastiningsih, E. (2019). Impact of Halal Certification on The Performance of Food Small Medium Enterprises. *Jurnal Ilmiah Teknik Industri*, 18(2), 116–123. <https://doi.org/10.23917/jiti.v18i2.7242>



- Handriana, T., Yulianti, P., Kurniawati, M., Arina, N. A., Aisyah, R. A., Ayu Aryani, M. G., & Wandira, R. K. (2020). Purchase behavior of millennial female generation on Halal cosmetic products. *Journal of Islamic Marketing*, 12(7), 1295–1315. <https://doi.org/10.1108/JIMA-11-2019-0235>
- Hasanah, M., & Fahrudin, A. R. (2020). *Analisis Halal Supply chain management (SCM) Dalam Perspektif Maqashid Syariah*. 2(2), 73–79.
- Hidayatullah, S., Waris, A., & Devianti, R. C. (2018). Perilaku Generasi Milenial dalam Menggunakan Aplikasi Go-Food. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 6(2), 240–249. <https://doi.org/10.26905/jmdk.v6i2.2560>
- Indonesia Halal Lifestyle Center. (2021). *Indonesia Halal Markets Report 2021/2022*.
- Malhotra, N. (2014). *Basic Marketing Research*. Pearson Education.
- Manurung, R. A., Rahmanda, V., & Aisyah, S. (2022). Analisis Halal Supply chain management Produk Kosmetik Halal Terhadap Tingkat Kepuasan Remaja di Kota Medan. *Ekonomi Bisnis Manajemen Dan Akutansi*, 3, 457–463.
- Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia. (2014). UU No.33 Tahun 2014 (2014). In *UU No.33 Tahun 2014* (Issue 1). <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/38709/uu-no-33-tahun-2014>
- Ngah, A. H., Zainuddin, Y., & Thurasamy, R. (2014). Barriers and enablers in adopting Halal transportation services: A study of Malaysian Halal manufacturers. *International Journal of Business and Management*, 2(2), 49–70.
- Qardhawi, Y. (2000). *Halal dan Haram dalam Islam*. PT Bina Ilmu.
- Riyadi, R. (2018). *ANALISIS HALAL SUPPLY CHAIN MANAGEMENT PRODUK KOSMETIK HALAL TERHADAP TINGKAT KESADARAN DAN KEPUASAN MAHASISWI YOGYAKARTA* [Universitas Islam Indonesia].
- Rohaeni, Y., & Sutawijaya, A. H. (2020). Pengembangan Model Konseptual Manajemen Rantai Pasok Halal Studi Kasus Indonesia. *J@ti Undip: Jurnal Teknik Industri*, 15(3), 177–188. <https://doi.org/10.14710/jati.15.3.177-188>
- Sari, M., Harahap, S. F., & Aisyah, S. (2022). Pengaruh Tingkat Kesadaran Halal Suplly Chain dalam Mendorong Keputusan Pembelian ( Halal Food UMKM Medan ). *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)*, 2(1), 2365–2369. <https://ummaspul.e-journal.id/JKM/article/download/3835/1389>
- Shodiq, A. F., Hidayatullah, S., & Ardianto, Y. T. (2018). INFLUENCE OF DESIGN, INFORMATION QUALITY AND CUSTOMER SERVICES WEBSITE ON CUSTOMER SATISFACTION Strategic management View project Tourism project View project INFLUENCE OF DESIGN, INFORMATION QUALITY AND CUSTOMER SERVICES WEBSITE ON CUSTOMER SATISFACTION. *Article in International Journal of Scientific and Engineering Research*, 9(12), 746–750. <http://www.ijser.org>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. (2nd ed.). ALFABETA.
- Tieman, M., Vorst, J. G. A. J. van der, & Che Ghazali, M. (2010). Principles in Halal Supply chain management. *Journal of Islamic Marketing*, 3(3), 217–243.
- Umar, & Husein. (2016). *Study Kelayakan Bisnis* (3rd ed.). Gramedia Pustaka Utama.

