

## **Analisis Halal Logistic dengan Pendekatan SWOT (Studi Kasus CV. X sebagai Penyedia Jasa di Cirebon)**

**Anindya Putri Utami<sup>✉1</sup>, Dava Bintang Candra Buana<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>Institut Karya Mulia Bangsa, Ungaran, Jawa Tengah.

<sup>2</sup>Program Doktor Ilmu Manajemen, Universitas Islam Sultan Agung, Semarang.

### **Abstract**

Dalam era globalisasi, meningkatnya permintaan terhadap produk halal menuntut penerapan sistem logistik yang sesuai dengan prinsip syariah Islam. Halal logistik bukan sekadar memastikan kehalalan produk dalam proses produksi, tetapi juga menjaga integritas halal sepanjang rantai pasok, termasuk transportasi, penyimpanan, pengemasan, dan distribusi. Penelitian ini menganalisis penerapan halal logistik pada CV. X sebagai penyedia jasa logistik dengan pendekatan SWOT. Analisis ini mengidentifikasi faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi dalam implementasi halal logistik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa halal logistik memberikan keunggulan kompetitif dengan meningkatkan kepercayaan konsumen Muslim serta memperluas pasar. Namun, tantangan dalam standarisasi, biaya implementasi, dan kurangnya pemahaman industri menjadi hambatan utama. Oleh karena itu, kolaborasi antara pemerintah, penyedia jasa logistik, dan lembaga sertifikasi diperlukan untuk meningkatkan efektivitas penerapan halal logistik.

**Keywords:** *Halal Supply Chain, Analisis SWOT, manajemen strategik, Standarisasi Halal Logistic, Pengembangan Halal Logistic*

Copyright (c) 2025 Finola Fitem Eka Putri

---

✉ Corresponding author :

Email Address : [anindyaputri@kmb.ac.id](mailto:anindyaputri@kmb.ac.id)

## **INTRODUCTION**

Dalam era globalisasi, sektor logistik memegang peran penting dalam mendukung kelancaran distribusi barang dan jasa di seluruh dunia. Seiring dengan meningkatnya permintaan akan produk halal, baik di negara mayoritas Muslim maupun di pasar global, muncul kebutuhan untuk memastikan bahwa seluruh proses rantai pasok, mulai dari pengadaan bahan baku hingga produk sampai ke tangan konsumen, dilakukan sesuai dengan prinsip-prinsip syariat Islam. Konsep ini dikenal sebagai halal logistik. Halal logistik bukan hanya tentang memastikan kehalalan produk dalam proses produksi, tetapi juga menjaga integritas halal sepanjang rantai pasok. Hal ini melibatkan pengelolaan transportasi, penyimpanan, pengemasan, dan distribusi dengan memastikan tidak ada kontaminasi silang dengan bahan haram atau najis. Konsep ini mencerminkan kebutuhan untuk mengintegrasikan prinsip kehalalan ke dalam sistem logistik konvensional guna memenuhi tuntutan konsumen Muslim yang terus meningkat. Menurut laporan dari Statista, pasar halal global

diperkirakan mencapai triliunan dolar, mencakup berbagai sektor seperti makanan, minuman, kosmetik, farmasi, dan layanan logistik. Dengan semakin banyaknya perusahaan yang terlibat dalam rantai pasok global, tantangan dalam memastikan kehalalan produk semakin kompleks, terutama dalam pengelolaan distribusi lintas batas yang melibatkan negara dengan peraturan halal yang berbeda-beda. Implementasi halal logistik tidak hanya memberikan kepastian bagi konsumen Muslim, tetapi juga meningkatkan reputasi perusahaan, memperluas pasar, dan menciptakan keunggulan kompetitif. Oleh karena itu, pengembangan dan penerapan sistem halal logistik yang efektif menjadi kebutuhan mendesak di tengah perkembangan ekonomi halal yang pesat. Pendekatan ini melibatkan kolaborasi antara pemangku kepentingan, termasuk produsen, penyedia jasa logistik, pemerintah, dan lembaga sertifikasi halal, untuk memastikan standar halal dipatuhi di setiap tahapan proses logistik. Dengan demikian, halal logistik tidak hanya menjadi tanggung jawab moral dan agama, tetapi juga peluang strategis dalam menghadapi dinamika pasar global.

Logistik halal adalah proses mengelola pengadaan, pergerakan, penyimpanan, dan penanganan material, dan persediaan barang setengah jadi baik makanan dan bukan makanan dengan informasi terkait dan aliran dokumentasi melalui organisasi perusahaan, dengan menganalisa mulai dari produksi, pengemasan produk, penyediaan, pemasaran hingga rantai pasok yang penuh terhadap prinsip-prinsip umum syariah, antara lain:

1. Menghindarkan dari kontaminasi
2. Menghindarkan diri dari kesalahan
3. Menjamim konsistensi dengan syariah dan harapan pelanggan muslim

Dalam pengembangan usaha jasa CV. X, tentu memiliki berbagai macam kendala dalam proses pengembangannya. Sebab konsep dari halal logistic ini memang betul-betul sesuai dengan syariat islam yang tidak hanya sebatas pada logo ataupun kemasan yang memiliki perizinan halal. Maka dari itu untuk mempermudah dalam melakukan analisis terhadap pengembangan halal logistic pada CV. X, menggunakan analisis SWOT. Analisis SWOT adalah alat strategis yang digunakan untuk mengevaluasi Strengths (Kekuatan), Weaknesses (Kelemahan), Opportunities (Peluang), dan Threats (Ancaman) dalam suatu organisasi, proyek, atau situasi bisnis. Analisis ini membantu dalam memahami kondisi internal dan eksternal, sehingga dapat digunakan untuk pengambilan keputusan yang lebih baik. Analisis SWOT pertama kali diperkenalkan oleh Albert S. Humphrey, seorang peneliti dan konsultan manajemen dari Stanford Research Institute (SRI), pada tahun 1960-an dan 1970-an. Humphrey mengembangkan metode ini sebagai bagian dari proyek penelitian yang bertujuan membantu perusahaan-perusahaan besar di Amerika Serikat dalam merumuskan strategi yang lebih efektif. Proyek tersebut, yang dikenal sebagai Proyek SOFT (Satisfactory, Opportunity, Fault, Threat), kemudian berkembang menjadi konsep SWOT. Dalam prosesnya, analisis ini dirancang untuk mengevaluasi situasi internal dan eksternal perusahaan sebagai dasar dalam merencanakan strategi bisnis yang optimal.

### **Manajemen Strategik**

Manajemen strategik adalah proses perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi strategi untuk mencapai tujuan jangka panjang organisasi. Strategi yang tepat dapat meningkatkan kinerja organisasi dengan mengarahkan sumber daya secara efisien,

memaksimalkan potensi tim, dan mengoptimalkan proses internal (Menon, A., et al., 1996). Penerapan strategi yang efektif memungkinkan organisasi beradaptasi dengan perubahan pasar, meningkatkan daya saing, dan mencapai tujuan jangka panjang. Secara umum, strategi merujuk pada kemampuan organisasi untuk mencapai skala operasi besar dan membangun kehadiran pasar yang kuat, yang memungkinkan tarif kompetitif dan keterlibatan dalam jaringan kemitraan strategis (Porter, M. E., & Lee, T. H., 2015).

Setelah memahami pentingnya strategi dalam meningkatkan kinerja organisasi, kita beralih pada peran strategi logistik, khususnya bagi penyedia layanan logistik yang harus beradaptasi dengan dinamika pasar. Sejak tahun 1990-an, lingkungan logistik telah mengalami perubahan besar akibat integrasi global dan pemendekan siklus hidup produk secara bertahap. Mode produksi di perusahaan telah berubah dari mode produksi massal tradisional yang dipimpin oleh produk menjadi mode produksi kustomisasi massal untuk memfasilitasi peningkatan persaingan di pasar global (Srinivasa, 2001).

Penyedia layanan logistik melayani klien seperti produsen, pemasok, distributor, pengecer, dan pengirim dalam rantai pasokan, di mana permintaan yang terus meningkat menuntut strategi berbasis pengetahuan untuk mempertahankan keunggulan daya saing (Davenport, Jarvenpa, & Beers, 1996). Perencanaan strategi logistik memerlukan pemahaman mendalam tentang interaksi elemen logistik, terutama terkait pertukaran informasi dan biaya. CHOW, H., et al. (2005) menyatakan bahwa tantangan utama adalah merumuskan strategi yang disesuaikan untuk berbagai klien dan mengintegrasikan sumber daya serta alur kerja agar sejalan dengan kebutuhan logistik klien lainnya.

Pendekatan dalam merumuskan strategi logistik dimulai dengan menganalisis dan merumuskan strategi keseluruhan perusahaan yang lebih luas, kemudian dilanjutkan dengan pengembangan strategi logistik yang dapat mendukung pencapaian tujuan-tujuan strategis perusahaan tersebut (Fabbe-Costes, N., & Colin, J., 2018). Dalam konteks ini, strategi logistik berfungsi sebagai elemen pendukung yang integral, yang disesuaikan dengan arah perusahaan secara keseluruhan.

Strategi logistik yang baik sangat penting bagi penyedia layanan logistik untuk memfasilitasi kesuksesan perusahaan sambil meminimalkan penggunaan aset yang ada dan mempertahankan tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi secara bersamaan. Dengan demikian, manajemen strategi yang efektif, yang mencakup perencanaan dan implementasi strategi yang tepat, sangat penting dalam menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan dan mendukung keberhasilan organisasi dalam pasar yang semakin kompetitif. (Porter, 2008).

### **Supply Chain Management**

Supply Chain Management (SCM) adalah proses pengelolaan aliran barang, informasi, dan sumber daya yang diperlukan dalam menghasilkan produk atau jasa, mulai dari tahap awal (pengadaan bahan baku) hingga sampai ke tangan konsumen akhir. Tujuan utama dari SCM adalah untuk memastikan efisiensi, efektivitas, dan kepuasan pelanggan dalam rantai pasok. SCM yang baik memungkinkan organisasi untuk merespons perubahan permintaan pasar secara cepat dan efisien, sehingga membantu meningkatkan profitabilitas dan kepuasan pelanggan.

Konsep rantai pasokan dan akibatnya SCM muncul pada awal tahun 1980-an karena meningkatnya sumber daya global, dan digunakan untuk menggambarkan

kompleksitas jaringan bisnis-ke-bisnis dan bisnis-ke-pelanggan. Apa yang kita sebut SCM 'tradisional' pertama kali dikembangkan sebagai konsep pembelian dan logistic (De Angelis et al., 2018). Supply Chain Management (SCM) merupakan konsep yang kompleks. Ada berbagai definisi SCM. Dari perspektif proses bisnis, rantai pasokan (SC) sering kali mencakup seluruh dunia dan melibatkan organisasi produksi, perdagangan, dan logistik di seluruh dunia (Helo & Hao, 2022). Dari sudut pandang entitas bisnis, SC mencakup tidak hanya produk tetapi juga seluruh sistem organisasi, individu, sumber daya, dan bahkan layanan. Dari sudut pandang fungsi bisnis, SC mengawasi dan sinkronisasi tiga aliran: aliran produk dari pemasok ke pelanggan akhir, aliran uang keuangan dari pelanggan ke pemasok, dan aliran informasi antara pemasok dan pelanggan. Solusi SCM biasanya dirancang untuk memfasilitasi semua aliran utama di antara berbagai fungsi, baik di dalam maupun di antara organisasi perusahaan, untuk mencapai tingkat kecanggihan yang tinggi. Konsep rantai pasokan sudah ada sejak lama. Rantai pasokan adalah konsep yang kompleks dan integratif yang mencakup seluruh saluran produksi dan distribusi dari pemasok, produsen, distributor, dan akhirnya pelanggan akhir. Biasanya, tujuan rantai pasokan adalah untuk memenuhi permintaan pelanggan, meningkatkan daya tanggap, dan menciptakan jaringan di antara berbagai pemangku kepentingan. Saat ini, jaringan rantai pasokan menjadi semakin terdistribusi, beragam, dan transparan dalam hal struktur bisnis, tugas bisnis, dan pemangku kepentingannya (Hoonsopon, 2016). Menurut (Gurtu & Johny, 2021), Perdagangan internasional mengarah pada rantai pasokan global, dan risiko melekat dalam manajemen rantai pasokan (SCM). Globalisasi dan keterbukaan perdagangan telah memperkuat kerentanan dalam SCM dan meningkatkan risiko. Meskipun demikian, risiko SCM diasumsikan sebagai risiko nonfinansial dalam pengertian risiko tradisional dalam industri keuangan dan asuransi. Rantai pasokan yang didukung untuk pengumpulan data secara real-time memberikan visibilitas menyeluruh yang memungkinkan manajer untuk mengakses sejumlah besar data untuk pengambilan keputusan yang lebih baik. Menurut Khan et al., (2021) Di pasar global, SCM (supply chain management) memainkan peran penting dalam keberhasilan utama perusahaan mana pun, sementara perusahaan menghadapi tekanan berat untuk mengadopsi praktik ramah lingkungan dalam operasi SC (supply chain) mereka demi keberlanjutan sosial lingkungan yang lebih baik.

Manajemen jaringan hubungan dalam suatu perusahaan dan antara organisasi dan unit bisnis yang saling bergantung yang terdiri dari pemasok material, pembelian, fasilitas produksi, logistik, pemasaran, dan sistem terkait yang memfasilitasi aliran maju dan mundur material, layanan, keuangan, dan informasi dari produsen asli ke pelanggan akhir dengan manfaat menambah nilai, memaksimalkan keuntungan melalui efisiensi, dan mencapai kepuasan pelanggan (Toorajipour et al., 2021).

### **Standarisasi Halal Logistic**

Standarisasi halal logistik adalah elemen penting dalam industri halal global, memastikan produk halal tetap terjaga sepanjang rantai pasok. Dengan mengikuti standar ini, perusahaan tidak hanya mematuhi syariah Islam, tetapi juga meningkatkan efisiensi, memperluas pasar, dan memberikan jaminan kepada konsumen. Namun, tantangan dalam implementasinya membutuhkan kolaborasi antar-pemangku kepentingan, termasuk pemerintah, perusahaan, dan lembaga sertifikasi.

Secara umum logistik didefinisikan sebagai proses perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian yang efisien, aliran yang efektif

dan penyimpanan barang, jasa dan informasi dari awal hingga tujuan akhir untuk tujuan memenuhi kebutuhan konsumen. Tujuan dari logistik adalah proses pemilihan bahan yang akan diproduksi, proses produksi dan distribusi sampai tujuan akhir ke tangan konsumen dilakukan dengan proses sesuai dengan standar kehalalan suatu produk (Tieman, 2008).

pergerakan barang dari tempat produksi sampai ke konsumen harus dilakukan dan sesuai dengan standardisasi produk halal. Pemrosesan kegiatan logistik halal dapat dilakukan beberapa tahapan pemeriksaan dan dilakukan standardisasi. Aspek halal tidak hanya terbatas untuk bahan produk makanan saja, melainkan segala sesuatu yang diperbolehkan oleh syariat untuk dikonsumsi. "Dan (Allah) menghalalkan bagi mereka segala yang baik dan mengharamkan bagi mereka segala yang buruk." (QS Al-A'raf [7]:157). "Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terbaik di bumi." (QS al-Baqarah [2]: 168).

'Sertifikasi produk di Indonesia dilakukan oleh BPJPH ( Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal) badan ini diawasi oleh MUI. Pada tahapan sertifikasi halal, perusahaan meyakinkan bahwa produknya melakukan proses halal dari mulai pemilihan bahan baku sampai pendistribusian produk tersebut. 'Halal Assurance System atau HAS merupakan suatu sistem yang disusun, diterapkan, dan dipelihara oleh perusahaan yang sudah memperoleh sertifikasi halal. Agar dapat mempertahankan kehalalan dari proses produksi sesuai dengan aturan dari LPPOMMUI, Halal Assurance System diperlukan oleh perusahaan. Sertifikasi halal untuk logistik bertujuan untuk menjamin produk yang halal tetap terjaga status halal hingga tiba di tangan pelanggan.' (Sayuti et al., 2021).

Halal logistik sangat penting dalam memastikan serta menjaga syarat produk tersebut halal selain itu memiliki keunggulan dalam meningkatkan daya saing perusahaan perusahaan banyak yang belum menyadari konsekuensi dari produk halal. Hal inilah yang harus diambil peluang mengenai penanganan halal logistik di Indonesia. Rantai pasokan halal merupakan suatu proses perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian aliran penyimpanan produk bersertifikat halal pentingnya menjaga status halal disepanjang rantai pasokan dan memastikan produk yang diterima halal. Selain itu masih sangat terbatas peneliti yang melakukan riset halal logistik (Prasetyo & Jasmine, 2022).

### **Pengembangan Halal Logistic**

Logistik secara umum diartikan sebagai rangkaian proses strategis yang mencakup berbagai organisasi dalam pengelolaan aliran barang, layanan, dan informasi dari titik awal hingga mencapai konsumen akhir (Christopher, 2016); (Murphy, P. R., & Knemeyer, 2018). Tujuan utama logistik adalah memastikan produk tersedia bagi pelanggan untuk digunakan, dikonsumsi, atau dinikmati pada waktu yang tepat, dalam jumlah yang sesuai, dengan kualitas dan kondisi memadai. Manajemen logistik mencakup berbagai kegiatan, seperti transportasi, penyimpanan, pengelolaan stok, manajemen material, penjadwalan produk, dan pelayanan pelanggan (Syazwan Ab Talib, M., & Bakar Abdul Hamid, 2014).

Dalam konteks ini, berkembanglah logistik halal, yang mengadopsi prinsip-prinsip syariah untuk menjaga integritas produk halal di sepanjang rantai pasok. Logistik halal merujuk pada pengelolaan pengadaan, pengangkutan, penyimpanan,

dan penanganan bahan mentah, komponen, hewan ternak, serta produk setengah jadi atau jadi, baik makanan maupun non-makanan, termasuk aliran informasi dan dokumentasi yang dilakukan sesuai prinsip syariah. Logistik halal tidak hanya mencakup aspek teknis seperti pengangkutan dan penyimpanan, tetapi juga menitikberatkan pada pemisahan unsur halal dan haram, kebersihan (thoyyiban), serta transparansi proses (Tieman, 2013). Prinsip-prinsip ini diterapkan untuk memastikan bahwa produk halal terhindar dari kontaminasi sepanjang proses logistik (Fathi et al. 2016).

Penerapan logistik halal membutuhkan pengawasan ketat pada setiap tahap aktivitas, seperti pengangkutan, penyimpanan, dan pengelolaan material. Lodhi (2009) menegaskan bahwa perlindungan produk halal dari kontaminasi dengan produk atau zat non-halal adalah prioritas utama. Namun, kurangnya harmonisasi standar sertifikasi halal antarnegara menjadi tantangan besar dalam implementasi logistik halal. Zulfakar et al. (2014) menambahkan bahwa kolaborasi antara pemerintah, penyedia jasa logistik, dan pelaku bisnis diperlukan untuk menjaga status, keamanan, dan integritas barang serta layanan halal dari proses hulu hingga hilir.

Berbagai penelitian telah dilakukan untuk mengkaji implementasi logistik halal. Studi seperti yang dilakukan oleh Kamaruddin et al. (2011), Stitou dan Rezgui (2012), Tieman et al. (2013) menekankan pentingnya logistik halal bagi komunitas Muslim. Secara umum, konsumen Muslim sangat peduli terhadap status halal produk. Misalnya, dalam studinya Stitou Rezgui (2012) menemukan bahwa 56% responden Muslim di Prancis tidak akan membeli produk jika status halalnya diragukan. Temuan ini menunjukkan relevansi logistik halal, terutama di wilayah non-Muslim, meskipun biaya yang terkait lebih tinggi dibandingkan logistik konvensional. Dengan meningkatnya permintaan global untuk produk halal, penerapan halal logistik menjadi semakin relevan. Kolaborasi antara pemerintah, penyedia jasa logistik, dan pelaku bisnis diperlukan untuk mengatasi tantangan yang ada dan memanfaatkan peluang di pasar halal global

## METHODOLOGY

Analisis SWOT adalah sebuah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (Strengths), kelemahan (Weaknesses), peluang (Opportunities), dan ancaman (Threats) dalam suatu organisasi atau proyek. Tujuan dari analisis SWOT adalah untuk membantu organisasi memahami posisi mereka saat ini dan merumuskan strategi yang tepat berdasarkan faktor internal dan eksternal. Identifikasi kekuatan internal perusahaan, seperti sumber daya yang unggul, reputasi merek yang kuat, atau keunggulan teknologi, dapat menjadi faktor pendorong dalam mencapai tujuan bisnis.

### Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah suatu metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (Strengths), kelemahan (Weaknesses), peluang (Opportunities), dan ancaman (Threats) dalam suatu organisasi, proyek, atau bisnis. Teknik ini membantu dalam memahami situasi internal dan eksternal guna membuat keputusan yang lebih baik.

### Komponen Analisis SWOT:

1. **Strengths (Kekuatan):** Faktor internal yang menjadi keunggulan organisasi atau bisnis dibandingkan pesaing. Contoh: brand yang kuat, sumber daya finansial yang stabil, teknologi canggih.

2. **Weaknesses (Kelemahan):** Faktor internal yang dapat menghambat pertumbuhan atau keberhasilan. Contoh: kurangnya inovasi, keterbatasan sumber daya manusia, manajemen yang kurang efektif.

3. **Opportunities (Peluang):** Faktor eksternal yang dapat dimanfaatkan untuk pertumbuhan dan keuntungan. Contoh: tren pasar yang menguntungkan, regulasi yang mendukung, perkembangan teknologi baru.

4. **Threats (Ancaman):** Faktor eksternal yang dapat menghambat pencapaian tujuan. Contoh: persaingan yang ketat, perubahan kebijakan pemerintah, krisis ekonomi.

**Manfaat Analisis SWOT**

Manfaat Analisis SWOT dalam berbagai bidang, terutama bisnis dan organisasi, sangatlah luas. Berikut beberapa manfaat utama:

- Membantu dalam perencanaan strategis.
- Mengidentifikasi keunggulan kompetitif.
- Meningkatkan kesiapan dalam menghadapi tantangan.
- Mempermudah pengambilan keputusan berbasis data.

Analisis SWOT sering digunakan dalam dunia bisnis, organisasi, bahkan pengembangan pribadi untuk memahami posisi saat ini dan menentukan langkah ke depan yang lebih efektif.

**SWOT Analysis for Laundry Business**

<b>Strengths (S)</b>	<b>Weaknesses (W)</b>
1. Sistem pencucian 1 konsumen 1 mesin. Dan air yang langsung mengalir	1. Isu lingkungan yang perlu perhatian lebih.
2. Memiliki spinner karpet satu-satunya di Cirebon.	2. Kesadaran masyarakat sekitar tentang laundry masih rendah.
3. Tidak ada kompetitor langsung di sekitar workshop.	3. Penggunaan gas untuk boiler dan dryer cukup tinggi.
4. Lokasi strategis di kawasan industri, perkantoran, dan padat penduduk.	
5. Layanan cepat (3 jam selesai).	
<b>Opportunities (O)</b>	<b>Threats (T)</b>
1. Banyak pelanggan potensial meski lokasinya jauh dari laundry.	1. Ancaman dari organisasi sosial yang tidak bertanggung jawab.
2. Peluang kemitraan dengan bisnis lokal (rumah sakit, pabrik).	2. Risiko pandemi, seperti Covid-19.
3. Deterjen dan parfum produksi sendiri menekan cash flow.	3. Pelanggan yang tidak mengambil cucian.

4. Fokus menjual waktu cucian daripada harga cucian (menghindari perang harga).	4. Ekonomi lokal yang melemah.
---	--------------------------------

Sumber: Peneliti, 2025

### Strategi Berdasarkan SWOT

SO Strategies (Strengths-Opportunities)	ST Strategies (Strengths-Threats)
1. Mawarkan layanan cepat (3 jam selesai) ke pelanggan jauh (S5, O1).	1. Memperluas layanan jemput-antar untuk menjangkau pelanggan jauh (S3, T3).
2. Menjalinkan kemitraan dengan pabrik dan rumah sakit (S2, O2).	2. Manfaatkan spinner karpet unik untuk mendukung kepercayaan pelanggan (S2, T3).
3. Gunakan lokasi strategis untuk menarik lebih banyak pelanggan industri (S4, O2).	3. Maksimalkan lokasi strategis untuk menjaga stabilitas pelanggan (S4, T4).
4. Menonjolkan keunggulan sistem 1 konsumen 1 mesin untuk pelanggan yang peduli kebersihan (S1, O4).	
WO Strategies (Weaknesses-Opportunities)	WT Strategies (Weaknesses-Threats)
1. Kampanye promosi untuk meningkatkan kesadaran masyarakat lokal tentang laundry (W2, O1).	1. Merapkan sistem notifikasi otomatis untuk mengurangi risiko cucian yang tidak diambil (W3, T3).
2. Gunakan metode ramah lingkungan untuk mengurangi dampak isu lingkungan (W1, O3).	2. Merapkan sistem pembayaran sebagian di muka untuk menghindari kerugian (W3, T3).
3. Menggunakan deterjen ramah lingkungan sebagai nilai jual (W1, O3).	3. Merapkan protokol kebersihan yang lebih baik untuk mengurangi potensi keluhan masyarakat (W1, T1).
4. Edukasi masyarakat lokal tentang pentingnya laundry profesional (W2, O4).	4. Meningkatkan pelatihan staf untuk mendukung efisiensi operasional (W3, T2).

Sumber Peneliti: 2025

Dengan memahami hasil analisis SWOT, perusahaan dapat membuat keputusan yang lebih tepat dan berkelanjutan untuk menghadapi tantangan di masa depan.

## RESULTS AND DISCUSSION

Pentingnya Halal Logistik, Halal logistik bukan hanya tentang menjaga kehalalan produk, tetapi juga memastikan seluruh rantai pasok bebas dari kontaminasi haram. Implementasi halal logistik dapat meningkatkan kepercayaan konsumen Muslim dan memperluas pasar global. Analisis SWOT dalam Halal Logistik. Strengths (Kekuatan): Reputasi halal yang baik, potensi pasar yang luas, serta dukungan regulasi dan sertifikasi halal. Weaknesses (Kelemahan): Kurangnya pemahaman industri tentang halal logistik, biaya tinggi dalam implementasi, dan keterbatasan infrastruktur yang sesuai standar halal. Opportunities (Peluang): Tren meningkatnya permintaan produk halal, peluang ekspansi ke pasar global, serta kolaborasi dengan penyedia logistik halal. Threats (Ancaman): Persaingan dari penyedia jasa logistik konvensional, ketidakseragaman standar halal di berbagai negara, serta tantangan regulasi dalam perdagangan internasional. Dampak Implementasi Halal Logistik, Implementasi halal logistik yang efektif dapat memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan, meningkatkan efisiensi rantai pasok, serta meningkatkan kepercayaan dan kepuasan konsumen.

## CONCLUSION

Peningkatan Kesadaran dan Pendidikan, Industri logistik perlu meningkatkan pemahaman terkait halal logistik melalui pelatihan dan sertifikasi bagi pekerja di bidang logistik. Pemerintah dan lembaga sertifikasi halal perlu memperluas sosialisasi dan edukasi mengenai pentingnya halal logistik. Peningkatan Infrastruktur dan Teknologi, Perusahaan perlu berinvestasi dalam teknologi yang memastikan tidak adanya kontaminasi silang, seperti penyimpanan dan transportasi khusus halal. Adopsi sistem berbasis teknologi seperti blockchain dapat membantu memastikan transparansi dan keterlacakan dalam rantai pasok halal.

Standarisasi Global, Diperlukan kerja sama antara berbagai negara dalam menyamakan standar halal logistik agar lebih mudah diterapkan dalam perdagangan internasional. Regulasi harus lebih jelas dan seragam agar dapat diterima oleh semua negara yang terlibat dalam industri halal. Kolaborasi dengan Pihak Terkait, Perusahaan dapat bermitra dengan penyedia jasa logistik halal yang sudah memiliki sertifikasi dan pengalaman dalam pengelolaan produk halal. Pemerintah, akademisi, dan industri harus bekerja sama untuk menyusun kebijakan yang mendukung pertumbuhan halal logistik.

### Penelitian Mendatang

Efektivitas Implementasi Halal Logistik di Berbagai Industri. Studi lebih lanjut diperlukan untuk menilai sejauh mana perusahaan yang menerapkan halal logistik mampu meningkatkan daya saing dan kepuasan pelanggan. Penggunaan Teknologi dalam Halal Logistik, Perlu adanya penelitian mengenai penerapan teknologi seperti blockchain dan IoT dalam memastikan keterlacakan produk halal sepanjang rantai pasok. Perbandingan Standar Halal Internasional, Studi tentang perbedaan standar halal di berbagai negara dan bagaimana cara menyelaraskannya untuk mempermudah ekspor dan impor produk halal. Model Bisnis Berkelanjutan untuk Halal Logistik Kajian tentang bagaimana perusahaan dapat mengadopsi halal logistik

dengan model bisnis yang efisien dan berkelanjutan tanpa meningkatkan biaya operasional secara signifikan. Dengan mengembangkan penelitian lebih lanjut dan menerapkan strategi yang tepat, halal logistik dapat menjadi faktor utama dalam pertumbuhan industri halal secara global.

## Reference :

- Christopher, M. (2016). *Logistics & supply chain management* (5th ed.). FT Prentice Hall.
- De Angelis, R., Howard, M., & Miemczyk, J. (2018). Supply chain management and the circular economy: Towards the circular supply chain. *Production Planning & Control*, 29(6), 425–437. <https://doi.org/10.1080/09537287.2018.1449244>
- Fathi, E., Zailani, S., Iranmanesh, M., & Kanapathy, K. (2016). Drivers of consumers' willingness to pay for halal logistics. *British Food Journal*, 118(2), 464–479. <https://doi.org/doi.org/10.1108/BFJ-06-2015-0212>
- Gurtu, A., & Johny, J. (2021). Supply Chain Risk Management: Literature Review. *Risks*, 9(1), 16. <https://doi.org/10.3390/risks9010016>
- Helo, P., & Hao, Y. (2022). Artificial intelligence in operations management and supply chain management: An exploratory case study. *Production Planning & Control*, 33(16), 1573–1590. <https://doi.org/10.1080/09537287.2021.1882690>
- Hoonsopon, D. (2016). Accelerating Adoption of New Products of Thai Consumers: The Moderating Roles of Self-Brand Concept and Reference Group. *Journal of Asia-Pacific Business*, 17(2), 151–172. <https://doi.org/10.1080/10599231.2016.1166023>
- Khan, S. A. R., Yu, Z., Golpira, H., Sharif, A., & Mardani, A. (2021). A state-of-the-art review and meta-analysis on sustainable supply chain management: Future research directions. *Journal of Cleaner Production*, 278, 123357. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.123357>
- Kamaruddin, R., Ibrahimi, H., & Shabudin, A. (2011). Willingness to pay for halal logistics: The lifestyle choice. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 50, 722–729. <https://doi.org/doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.08.075>
- Lodhi, A. U. (2009). Understanding halal food supply chain. *HFRC UK Limited*. <https://doi.org/doi.org/10.1111/j.1467-3010.2010.01847.x>
- Murphy, P. R., & Knemeyer, A. M. (2018). *Contemporary logistics* (12th ed.). In Pearson.
- Prasetyo, I., & Jasmine, T. L. (2022). PENERAPAN STANDAR LOGISTIK HALAL DI INDONESIA SEBAGAI PERSYARATAN LOGISTIK GLOBAL. *Jurnal Ilmiah Manajemen "E M O R,"* 6(1), 58. <https://doi.org/10.32529/jim.v6i1.1790>
- Sayuti, M., Purnamasari, A., Pratiwi, A. I., & Fathurohman, F. (2021). PENERAPAN HALAL LOGISTIK PADA DISTRIBUSI DAGING SAPI DI KABUPATEN KARAWANG. *JISI: Jurnal Integrasi Sistem Industri*, 8(1), 55. <https://doi.org/10.24853/jisi.8.1.55-65>
- Stitou, N., & Rezgui, H. (2012). The Muslim consumer as the key player in halal. *ASIDCOM Investigations 2010–2012*.
- Syazwan Ab Talib, M., & Bakar Abdul Hamid, A. (2014). Halal logistics in Malaysia: A SWOT analysis. *Journal of Islamic Marketing*, 5(3), 322–343. <https://doi.org/doi.org/10.1108/JIMA-03-2013-0018>
- Tieman, M., Ghazali, M. C., & Van der Vorst, J. G. A. J. (2013). Consumer perception on halal meat logistics. *British Food Journal*, 115(8), 1112–1129. <https://doi.org/doi.org/10.1108/BFJ-10-2011-0265>
- Tieman, M. (2013). Establishing the principles in halal logistics. *Journal of Emerging Economies and Islamic Research*, 1(1), 1–13. <https://doi.org/doi.org/10.24191/jeeir.v1i1.9115>
- Toorajipour, R., Sohrabpour, V., Nazarpour, A., Oghazi, P., & Fischl, M. (2021). Artificial intelligence in supply chain management: A systematic literature review. *Journal of Business Research*, 122, 502–517. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.09.009>
- Zulfakar, M. H., Anuar, M. M., & Talib, M. S. A. (2014). Conceptual framework on halal food

supply chain integrity enhancement. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 121, 58–67. <https://doi.org/doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.01.1108>