

## ANALISIS PENGETAHUAN PRODUSEN PAKAIAN TENTANG PRODUK HALAL DI INDUSTRI PAKAIAN (Studi pada Produsen Pakaian di Kota Mataram)

Syahrul Hanafi<sup>1</sup>

### ABSTRAK

Pakaian halal merupakan salah satu bagian dari industri halal yang menjadi target untuk dikembangkan di Indonesia, mengingat potensi yang dimiliki cukup besar seperti sektor-sektor industri halal lainnya yang lebih dahulu ada yakni keuangan syariah, makanan halal, kosmetik halal, dan wisata halal. Berbeda dengan industri keuangan syariah dan makanan halal, pengetahuan akan pakaian halal di tengah masyarakat masih sangat rendah. Mengingat pandangan masyarakat selama ini terkait halal-haram sebatas hanya pada masalah makanan dan keuangan. Keadaan ini menjadi tantangan dalam pengembangan industri pakaian halal di Indonesia.

Tujuan penelitian ini antara lain: 1) Untuk menganalisis pengetahuan produsen pakaian tentang konsep pakaian halal berdasarkan rantai pasokan; 2) Untuk menganalisis proses produksi produsen pakaian dan kaitannya tentang konsep pakaian halal; 3) Pandangan produsen pakaian terhadap konsep pakaian halal. Metode penelitian dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara dan observasi, adapun untuk menguji keabsahan data menggunakan teknik triangulasi. Subjek penelitian dalam penelitian ini adalah para produsen pakaian di Kota Mataram.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) pengetahuan para produsen pakaian tentang konsep pakaian halal berdasarkan rantai pasokan dapat dikatakan belum memadai; 2) proses

produksi dan SOP yang dijalankan oleh para produsen masih sangat sederhana, hal ini mengindikasikan para produsen belum memiliki kesiapan untuk melakukan proses produksi berdasarkan konsep pakaian halal berdasarkan rantai pasokan; 3) Menurut para produsen sukar untuk memenuhi indikator pada pakaian halal berdasarkan rantai pasokan. Menurut para produsen aspek yang pertama sulit untuk dipenuhi antara lain: 1) pengadaan bahan baku halal; 2) pergudangan halal; dan 3) SOP pakaian halal.

**Kata Kunci:** Industri Halal, Pakaian Halal, Rantai Pasokan, Produsen Pakaian

### PENDAHULUAN

Perkembangan industri halal pada beberapa tahun belakangan ini sangat pesat dan terus menunjukkan tren positif. Keadaan ini terkait dengan jumlah populasi warga muslim dunia yang mencapai 2,2 miliar jiwa, diperkirakan valuasi industri halal dunia mencapai USD 2,3 triliun, belum termasuk industri keuangan syariah.<sup>2</sup> Dengan potensi pasar yang besar membuat negara-negara di dunia baik yang berpenduduk mayoritas maupun minoritas muslim turut serta membangun industri halal. Hal ini juga terjadi di Indonesia, tercatat secara keseluruhan angka konsumsi untuk industri halal di Indonesia pada tahun 2017 mencapai USD 200 miliar.<sup>3</sup> Segala potensi industri halal ini tentu menjadi catatan menarik bagaimana Indonesia sebagai negara dengan populasi muslim terbesar

<sup>2</sup>Hendra Manurung, 'Indonesia Halal Industry & National Economy', *The President Post* (Jakarta, 12 April 2019) <<http://en.presidentpost.id/2019/04/12/indonesia-halal-industry-national-economy/>>.

<sup>3</sup>Deputi of Economy Indonesian Ministry of National Development Planning, *Indonesia Islamic Economic Masterplan 2019-2024* (Jakarta, 2019).

<sup>1</sup>Penulis merupakan Dosen Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri (UIN) Mataram.

tidak hanya menjadi konsumen dan pengguna berbagai produk dari industri halal, namun juga menjadi produsen dan pemain utama dalam industri halal dunia.

Industri halal memiliki banyak sektor yang sangat potensial untuk dikembangkan dan dijadikan komoditas penggerak perekonomian. Konsep industri halal ialah membuat produk yang dibutuhkan oleh muslim yang dalam sudut pandang agama dibolehkan, diterima, diizinkan, dan dipersilakan untuk dikonsumsi.<sup>4</sup> Hal ini karena yang dimaksud dengan industri halal merupakan barang dan jasa yang telah sesuai dengan syariat Islam. Sehingga bentuk usaha dalam industri halal dapat begitu banyak dan beragam, mulai dari makanan dan minuman, perbankan dan keuangan, pariwisata, kosmetik, obat-obatan, biro perjalanan, hingga pakaian. Berbagai jenis usaha dalam industri halal ini dalam kegiatannya harus terjamin kesesuaianya dengan syariat Islam mulai dari permodalan, pengadaan bahan baku, proses pengolahan, proses penyajian atau penjualannya, hingga kegiatan pemasarannya, dimana kesesuaian syariat tersebut berlandaskan pada dua sumber hukum utama, yakni Al-Quran dan Hadist.

Di Indonesia, konsep makanan dan minuman halal bukan hal yang baru karena halal dan haramnya makanan merupakan pengetahuan dasar dan penting bagi umat Islam. Tercatat sejak akhir 1980an lembaga sertifikasi halal untuk makanan dan minuman, yakni LPPOM MUI sudah berdiri di Indonesia. Begitu juga dengan konsep perbankan dan keuangan syariah, yang sejak dekade 1990an awal mulai banyak diperbincangkan dan ditemukan dalam bentuk lembaga keuangan mikro di beberapa daerah di Indonesia. Namun

berbeda dengan pakaian halal yang merupakan konsep baru, karena selama ini konsep tentang halal haram dalam pandangan masyarakat umumnya hanya sebatas pada aspek makanan-minuman dan perbankan-keuangan. Kedua ini membuat pengetahuan masyarakat baik produsen maupun konsumen akan adanya pakaian halal masih sangat rendah.

Secara global tercatat pengeluaran masyarakat muslim untuk konsumsi dalam aspek pakaian pada tahun 2017 mencapai USD 270 miliar, dan diprediksi akan mencapai USD 361 miliar pada tahun 2023.<sup>5</sup> Berdasarkan data Kementerian Perindustrian nilai ekspor industri pakaian halal dari Indonesia diproyeksikan mencapai USD 7,18 miliar, angka tersebut merupakan terbesar ketiga di dunia setelah Bangladesh (USD 22 miliar) dan Turki (USD 14 miliar). Selain itu, sektor industri pakaian halal diperkirakan mampu menampung sekitar 1,1 juta pekerja atau sekitar 29% dari total pekerja di industri pakaian dalam negeri dan selalu masuk dalam 10 besar komoditas utama untuk ekspor Indonesia tahun 2012-2016. Berdasarkan Global Islamic Economy Indicator (GIEI), pakaian halal merupakan sektor yang menempati peringkat tertinggi dan yang paling potensial bagi Indonesia dalam persaingan industri halal global dengan menempati urutan kedua, setelah Uni Emirat Arab. Merujuk pada performa menjanjikan dari sektor pakaian halal tersebut, membuat Kementerian Perindustrian memiliki visi untuk menjadikan Indonesia sebagai kiblat pakaian muslim dunia pada tahun 2020.<sup>6</sup>

<sup>4</sup>Mohd Imran Kahn and Abid Haleem, 'Understanding " Halal " and " Halal Certification & Accreditation System " - A Brief Review', *Saudi Journal of Business and Management Studies*, 1.May (2016), 32-43.

<sup>5</sup>Thomson Reuters, *State of The Global Islamic Economy* (Dubai, 2018).

<sup>6</sup>op.cit. Deputi of Economy Indonesian Ministry of National Development Planning.



Sumber: State of The Global Islamic Economy. 2018

**Gambar 1**

### Ranking negara-negara dalam industri halal berdasarkan sektor

Agar visi tersebut tercapai diperlukan usaha keras oleh seluruh elemen dalam memainkan peran masing-masing. Untuk industri pakaian halal, peran produsen sangat penting dalam kemajuan dan perkembangan industri. Produsen dituntut tidak hanya kreatif dalam menghasilkan produk namun juga harus lebih peduli pada proses penciptaan. Hal ini karena industri pakaian halal sangat memerlukan aspek proses penciptaan. Mulai dari pengadaan bahan baku, proses produksi, proses distribusi, hingga penjualan dan pemasaran. Segala proses ini harus dijalankan dengan aturan dan ketentuan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariat Islam. Berangkat dari uraian tersebut penulis tertarik untuk meneliti tentang industri pakaian halal dari aspek produsen. Tujuan mendasar dalam penelitian ini antara lain: 1) Untuk menganalisis pengetahuan produsen pakaian tentang konsep pakaian halal; 2) Untuk menganalisis proses rantai pasokan pakaian dan kesesuaiannya dengan rantai pasokan pakaian halal; 3) Pandangan produsen pakaian terhadap konsep pakaian halal.

### A. Kajian Teori

#### 1. Konsep halal dan haram

Halal dalam bahasa Arab dari kata **الحل**, yang secara etimologi berarti lepas atau tidak terikat. Adapun secara terminologi berarti hal yang boleh dilakukan, dikonsumsi, digunakan dan dapat diusahakan karena bebas atau tidak terikat dengan ketentuan-ketentuan yang melarangnya. Dapat juga diartikan sebagai segala sesuatu yang bebas dari bahaya di dunia dan di akhirat.<sup>7</sup> Adapun haram dalam bahasa Arab dari kata **الممنوع**, yang secara etimologi berarti dilarang/terlarang atau tidak diizinkan. Adapun secara terminologi berarti sesuatu yang oleh Allah larang dengan tegas untuk dilakukan.<sup>8</sup>

Konsep utama dari halal dan haram yakni berdasarkan pada sumber hukum Islam yakni Al-Quran, sebagaimana berikut:<sup>9</sup>

يَأَيُّهَا أَرْرُسُلُ كُلُّوْ مِنَ الْطَّيِّبَتِ وَأَعْمَلُوا صَلِحًا إِنِّي بِمَا

تَعْمَلُونَ عَلَيْمٌ

Artinya: “Wahai sekalian Utusan-Ku. Makanlah dari yang halal dan beramallah yang shalih. Sesungguhnya Aku sangat mengetahui apa juga

<sup>7</sup>Ahmad Izzuddin, ‘Standar Halal’ (Semarang: LPPOM MUI Jawa Tengah, 2016), p. 35.

<sup>8</sup>Muchtar Ali, ‘Konsep Makanan Halal Dalam Tinjauan Syariah Dan Tanggungjawab Produk Atas Produsen Industri Halal’, *Jurnal Ahkam*, Vol. XVI no.2 (2016), 291–306.

<sup>9</sup>Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Dan Terjemahan* (Bandung: CV. Darus, 2015).

pun yang kamu kerjakan (amalkan).” (Q.S Al-Mu’minun: 51)

إِنَّمَا حَرَّمَ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةَ وَالدَّمَ وَلَحْمَ الْخِنْزِيرِ وَمَا  
أُهِلَّ بِهِ لِغَيْرِ اللَّهِ فَمَنِ اضْطُرَّ غَيْرَ بَاغٍ وَلَا عَادٍ فَلَا  
إِثْمَ عَلَيْهِ إِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ رَّحِيمٌ

Artinya: “Sesungguhnya Allah hanya mengharamkan bagimu bangkai, darah, daging babi, dan binatang yang (ketika disembelih) disebut (nama) selain Allah. Tetapi barang siapa dalam keadaan terpaksa (memakannya) sedang dia tidak menginginkannya dan tidak (pula) melampaui batas, maka tidak ada dosa baginya. Sesungguhnya Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang.” (Q.S Al-Baqarah: 173)

حُرِّمَتْ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةُ وَالدَّمُ وَلَحْمُ الْخِنْزِيرِ وَمَا أُهِلَّ  
لِغَيْرِ اللَّهِ بِهِ وَالْمُنْخِنَقَةُ وَالْمَوْقُوذَةُ وَالْمُتَرَدِّيَةُ  
وَالنَّطِيْحَةُ وَمَا أَكَلَ أَكْلَ السَّبُعِ إِلَّا مَا ذَكَرْتُمْ وَمَا ذُبِحَ عَلَى  
النُّصُبِ وَأَنْ تَسْتَقِسِمُوا بِالْأَزْلَمِ ذَلِكُمْ فِسْقٌ

Artinya: “Diharamkan bagimu memakan bangkai, darah, daging babi, (Daging hewan) yang disembelih atas nama selain Allah, tercekek, yang dipukul, yang jatuh ditanduk, yang

diterkam binatang buas, kecuali yang sempat kamu menyembelihnya....” (Q.S Al-Maidah: 3)

Adapun berdasarkan sumber hukum Islam lainnya yakni Hadist berkaitan dengan yang diriwayatkan dari Salman Al-Farisi bahwa Rasulullah SAW ditanya tentang minyak samin, keju, dan jubah dari kulit binatang, sebagaimana berikut:<sup>10</sup>

Artinya: “Yang halal adalah segala sesuatu yang Allah halalkan dalam Kitab-Nya, dan yang haram adalah segala sesuatu yang Allah haramkan dalam Kitab-Nya. Sedangkan apa yang didiamkan-Nya maka ia termasuk yang dimaafkan kepada kalian.” (H.R. Al-Tirmidzi dan Ibn Majah)

Para ulama menjelaskan bahwasanya syariat Islam berguna untuk menciptakan maslahat bagi umat manusia baik di dunia maupun di akhirat.<sup>11</sup> Hal ini berkaitan juga tentang mengkonsumsi atau menggunakan produk halal. Karena hal ini merupakan bagian dari usaha untuk menjaga agama (*hifdzud din*), menjaga jiwa (*hifdzun nafs*), menjaga akal (*hifdzul aql*), menjaga keturunan (*hifdzun nasl*), dan menjaga harta (*hifdzul mal*) manusia itu sendiri.<sup>12</sup> Berangkat dari hal tersebut maka setiap umat muslim diwajibkan untuk menjalankan perintah Allah dalam

<sup>10</sup> Aris Anwaril Muttaqin, ‘Konsep Penentuan Halal Dalam Ekonomi Islam (Studi Komparasi Hadist Riwayat Bukhari Dan Tirmidzi)’, *Indonesian Journal of Halal*, vol.1 no.1 (2018), 15–24

<sup>11</sup> *Op.Cit.* Muchtar Ali.

<sup>12</sup> Muhamad Takhim and Mashudi, ‘Maqosid Syariah Makanan Halal’, *Al-Mabsut*, 12.1 (2018), 17.

mengkonsumsi atau menggunakan produk yang halal dan mematuhi larangan Allah untuk mengkonsumsi atau menggunakan produk yang haram.

## 2. Industri halal

Konsep halal sudah ada sejak awal agama Islam lahir hingga saat ini, akan tetapi perluasan konsep halal secara besar-besaran terjadi dalam satu dekade belakangan ini.<sup>13</sup> Konsep halal ini pada awalnya umat Islam yakin bahwa hal ini hanya akan mempengaruhi mereka. Namun, yang mengejutkan, perusahaan multinasional dari negara-negara non-Muslim juga mengadopsi konsep Halal ke dalam industri mereka.<sup>14</sup> Perluasan konsep halal ini memberikan dampak yang begitu besar bagi dunia industri, karena memiliki ceruk pasar tersendiri. Hal ini kemudian sering disebut sebagai industri halal. Daud, dkk menjelaskan konsep industri halal merupakan suatu pilihan yang menjadi prioritas diantara konsumen muslim ketika membuat keputusan untuk menggunakan produk.<sup>15</sup>

## 3. Pakaian halal

Trend halal pada industri pakaian disebabkan oleh adanya pelaku industri dunia yang berusaha juga masuk ke dalam industri pakaian muslim sebagai pionir atau juga untuk meningkatkan relevansinya dalam industri halal untuk pasar umat Islam. Dimana pakaian halal merupakan salah satu bagian dari *halal lifestyle*.<sup>16</sup> Dalam memahami pakaian halal ini tentu terdapat banyak kerancuan karena secara bahasa maupun istilah masih terdapat perbedaan definisi terkait apa yang dimaksud dengan pakaian halal.

Berdasarkan klaim salah satu produsen pakaian yang telah mendapatkan sertifikasi halal. Unsur halal yang dimaksud ialah pengemulsi yang dipakai ketika proses membuat kain sebagai bahan. Zat pengemulsi inilah yang dipermasalahkan karena terdapat dua bahan pembentuk, yakni yang alami dan sintetis. Sehingga apabila zat pengemulsi tersebut dibuat dari kulit hewan yang secara zat diharamkan dalam Islam, seperti babi. Maka kain yang menjadi bahan pakaian tersebut dapat dikatakan terdapat unsur babi, sehingga kesucian dan keabsahan untuk dipakai ibadah bagi umat Islam menjadi patut dipertanyakan.<sup>17</sup>

Adapun berdasarkan penelitian yang dilakukan Muflihin, yang mencoba membangun konsep pakaian halal berdasarkan sudut pandang rantai pasokan,

<sup>13</sup>A. Y. Aziz and N. V. Chok, 'The Role of Halal Awareness, Halal Certification, and Marketing Components in Determining Halal Purchase Intention among Non-Muslims in Malaysia: A Structural Equation Modeling Approach', *Journal of International Food & Agribusiness Marketing*, 25(1).1-23 (2013).

<sup>14</sup>J.A.J. Wilsson, 'Executive Interview: Charting the Rise of the Halal Market - Tales from the Field and Looking Forward', *Journal of Islamic Marketing*, 3.3 (2012), 288-94.

<sup>15</sup>N.M. Daud and others, "Identifying the Determinant Attributes Ofhalalcosmetics Product That Influence Its Positioning Strategy in Malaysian Market", *Journal of Applied Sciences Research*, 8.1 (2012), 301-313.

<sup>16</sup>Kambiz Heidarzadeh Hanzaee and Shahrzad Chitsaz, 'A Review of Influencing Factors and Constructs on the Iranian Women's Islamic Fashion Market', *Interdisciplinary Journal of Research in Business*, 1.4 (2014), 94-100.

<sup>17</sup>Nurul Istiqomah, 'Mengungkap Mitos Simbol Halal Dalam Iklan Kerudung Zoya Di Instagram' (Universitas Diponegoro, 2016).

menjabarkan bahwasanya pakaian halal merupakan suatu proses panjang yang terdiri dari antara lain:<sup>18</sup>

- a. Halal Supplier
- b. Halal warehouse
- c. Halal manufacture
- d. Halal distribution
- e. Halal transportation

Poin utama dari rantai pasokan halal merupakan pendekatan penting untuk mengkorfirmasi pada konsumen akan integritas dari produk halal untuk dikonsumsi, hal ini karena seluruh aktivitas yang terdapat pada rantai pasokan produk halal telah memenuhi persyaratan yang diperlukan untuk menyandang status halal. Kegiatan dalam rantai pasokan produk halal melingkupi pergudangan, pengangkutan, bahan baku, penanganan produk, manajemen persediaan dan manajemen lainnya.<sup>19</sup>

## B. Metodologi Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Penulis akan mencoba menganalisis pengetahuan produsen pakaian tentang konsep pakaian halal dengan menggunakan indikator rantai pasokan produk halal yang dikembangkan oleh Muflihin. Kemudian untuk menganalisis proses produksi pakaian penulis akan menggunakan cara observasi. Adapun untuk

<sup>18</sup>M. Dliyaul Muflihin, ‘Konstruksi Indikator Halal Dalam Perkembangan Industri Halal Fashion’ (Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, 2018).

<sup>19</sup>M. Tieman, ‘The Application of Halal in Supply Chain Management: In-Depth Interviews’, *Journal of Islamic Marketing*, 2.2 (2011), 186–95.

menganalisis pandangan produsen terkait konsep pakaian halal, penulis akan melakukan wawancara mandalam.

Subjek dari penelitian ini adalah produsen pakaian muslim di Mataram, adapun kriteria dari pemilihan subjek antara lain:

1. Pemilik usaha pakaian
2. Memahami proses produksi pakaian
3. Membuat pakaian muslim

Karena keterbatasan waktu penelitian, maka subjek penelitian yang digunakan dalam penelitian ini hanya tiga produsen, yang tersebar di beberapa kecamatan di Kota Mataram, diantaranya: Bale Jahit di Kecamatan Ampenan, Penjahit Melati di Kecamatan Mataram, dan An-nisa Konveksi di Kecamatan Selaparang.

Untuk menganalisa data, penulis menggunakan teknik triangulasi data. Teknik ini digunakan untuk memverifikasi kebasahan data atau hasil wawancara yang penulis lakukan. Dengan menggunakan teknik ini penulis dapat melakukan penelaahan kembali atas temuan di lapangan dan membandingkannya dengan berbagai sumber.<sup>20</sup>

## C. Pembahasan

1. Pengetahuan produsen tentang pakaian halal

- a. Halal Supplier

Berdasarkan keterangan subyek, bahan yang digunakan untuk pakaian tidak memiliki label halal. Para produsen tidak mengetahui bahwa terdapat bahan pakaian yang memiliki

<sup>20</sup>Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Cetakan ke 35 (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset, 2016).

label. Karena pada umumnya memang tidak ada label halal pada bahan yang dibeli oleh para produsen dari penjual kain di berbagai kota Mataram. Para produsen beranggapan tidak ada bahan yang berlabel halal.

b. Halal warehouse

Penyimpanan bahan pakaian dilakukan tidak terpisah antara yang berlabel halal dengan yang tidak berlabel halal, karena bahan yang digunakan semuanya tidak memiliki label halal. Oleh karenanya para pedagang tidak merasa harus membedakan bahan pakaian satu dengan yang lainnya.

c. Halal Manufacture

Dalam membuat pakaian muslim tidak ada SOP khusus, proses produksi dilakukan sama halnya seperti membuat pakaian lainnya, karena produsen tidak mengetahui akan adanya SOP pakaian halal.

d. Halal Distribution

Pendistribusian barang dilakukan oleh produsen dengan memisahkan produk pakaian dengan yang produk yang tidak halal. Namun yang patut digarisbahwahi di sini adalah produk yang tidak halal yang dimaksud oleh produsen bukan merupakan pakaian. Tidak adanya label halal yang disematkan oleh produsen pada pakaiannya. Karena bagi produsen pakaian yang dikirim semuanya adalah halal.

e. Pengiriman kepada pedagang besar atau retail

Pengiriman barang untuk pedagang besar atau retail dijamin kebersihan dan higenitas barang. Cara yang dilakukan oleh produsen adalah dengan membedakan kendaraan yang digunakan untuk operasional usaha dan kegiatan pribadi. Packing dilakukan dengan cara tertutup baik saat pakcing pakaian maupun saat dimasukan ke dalam kendaraan pengangkut. Adapun untuk kendaraan pengangkut, ada dua produsen menggunakan kendaraan roda empat, sementara satu produsen masih menggunakan kendaraan roda dua.

2. Proses produksi pakaian dan kesesuaianya dengan rantai pasokan pakaian halal

Pada proses produksi yang dilakukan oleh para produsen pakaian di Mataram secara keseluruhan dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Pengadaan bahan pakaian

Proses pengadaan bahan pakaian dilakukan dengan cara membeli bahan pakaian di toko-toko pakaian yang ada di Kota Mataram, maupun dengan cara memesan dari pulau Jawa dan Bali. Tidak terdapat produsen yang membuat atau memproduksi sendiri bahan pakaian. Keadaan ini karena pertimbangan ekonomis para produsen pakaian.

Untuk membuat sendiri bahan tidak hanya memerlukan mesin, namun juga bahan dasar seperti benang. Dimana kedua hal tersebut adalah barang yang cukup mahal di Kota Mataram, mengingat Kota Mataram bukanlah kota industri dan produsen mesin serta benang. Berangkat dari

kenyataan tersebut, maka para produsen pakaian lebih memilih untuk membeli bahan pakaian

b. Proses manufaktur

Proses manufaktur pakaian dilakukan dengan SOP sederhana, langkah pertama dikerjakan dengan proses pengukuran pakaian, di mana untuk pembuatan perseorangan dikerjakan dengan mengukur setiap pembuat/pemesan satu per satu, sedangkan untuk partai besar dilakukan dengan cara mengikuti table ukuran sebagaimana sudah terstandar. Adapun langkah kedua proses pemotongan bahan pakaian dikerjakan di atas meja potong berdasarkan pola yang sudah digambar, pada proses pemotongan ini terjamin kebersihannya karena tidak dilakukan di lantai. Kemudian langkah ketiga adalah dengan proses penjahitan, dimana setiap potong pola pakaian disatukan hingga membentuk pakaian utuh.

c. Proses distribusi

Proses distribusi dilakukan oleh pihak produsen menggunakan dua sistem, yang pertama adalah produsen mengirimkan langsung kepada pemesan pakaian. Yang kedua adalah pemesan datang pada waktu yang telah dijanjikan dan mengambil sendiri pakaian yang sudah selesai dikerjakan. Pada saat proses distribusi dikirim oleh produsen, pakaian-pakai dipacking dengan packing plastik kemudian dipacking kembali ke dalam kantong plastik untuk pemesanan yang kurang dari dua puluh potong pakaian. Adapun untuk yang lebih dari dua puluh potong, akan dipacking dengan kardus.

Kendaraan yang digunakan untuk proses distribusi menggunakan kendaraan yang khusus untuk operasional usaha. Bukan kendaraan yang dipakai oleh pribadi, sehingga kebersihan dan higenitas kendaraan terjaga, karena kekhususan kendaraan yang digunakan untuk proses distribusi.

3. Pandangan produsen terkait konsep pakaian halal berdasarkan rantai pasokan

Para produsen berpandangan bahwa konsep halal pada pakaian pertama kali dilihat/ diketahui pada merk jilbab “Zoya”, namun para produsen sepenuhnya tidak mengerti bagaimana proses mendapatkan label tersebut. Adapun untuk sosialisasi label halal, hingga saat ini pihak produsen tidak mengaku tidak pernah dilakukan oleh pemerintah maupun lembaga yang terkait dengan penerbitan label halal.

Produsen juga beranggapan apabila konsep halal pakaian ditetapkan berdasarkan rantai pasokan yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini, maka akan sangat sukar untuk dipenuhi. Pertama ialah masalah pengadaan bahan, karena tidak adanya ketersediaan bahan yang berlabel halal di Kota Mataram, sedangkan untuk membuat bahan sendiri yang berlabel halal tentu bukan sesuatu yang mudah dan murah. Kedua adalah masalah pergudangan, untuk penyimpanan bahan maupun pakaian yang sudah jadi, produsen umumnya mempunyai lemari penyimpanan yang umumnya berbentuk sederhana. Adapun untuk Gudang para produsen tidak memiliki karena tentu akan menambah biaya operasional usaha. Ketiga ialah masalah SOP pakaian halal, selama ini SOP pembuatan pakaian oleh produsen menggunakan SOP

sederhana sebagaimana umumnya. Sedangkan untuk SOP pembuatan pakaian halal para produsen belum tahu seperti apa dan bagaimana perbedaannya dengan SOP selama ini dilakukan oleh para produsen. Keempat, untuk masalah distribusi pakaian bagi produsen relatif mudah dipenuhi oleh para produsen. Hal ini karena selama ini untuk proses distribusi yang dilakukan oleh produsen sudah sesuai dengan apa yang ada dalam ketentuan produk halal berdasarkan konsep rantai pasokan. Adapun untuk pemberian label halal tidak dapat dipenuhi oleh para produsen karena belum dan tidak tahu cara mengurus sertifikasi halal, serta tidak ingin ada masalah dengan lembaga yang berwenang dengan sertifikasi halal apabila dengan sepihak memberikan label halal.

## PENUTUP

Pakaian halal berdasarkan aspek rantai pasokan apabila digunakan sebagai dasar sertifikasi produk-produk halal pada pakaian akan sulit diterapkan oleh para produsen di Kota Mataram. Keadaan ini karena para produsen pakaian di Kota Mataram merupakan produsen kecil dan menengah, sehingga sumber daya yang dimiliki untuk memenuhi kriteria dalam indikator produk halal berdasarkan rantai pasokan tidak dapat terpenuhi. Untuk itu dalam temuan ini, para produsen pakaian di Kota Mataram dapat dianggap belum sepenuhnya memiliki pengetahuan terkait produk halal pada pakaian berdasarkan rantai pasokan.

Kemudian apabila dibandingkan dari segi proses produksi, para produsen pakaian di Kota Mataram masih menjalankan proses produksi dan SOP dengan sederhana. Hal ini juga mengindikasikan bahwa para produsen belum memiliki kesiapan baik dari pengetahuan maupun sumber daya dalam

menjalankan proses produksi berdasarkan konsep halal dalam aspek rantai pasokan. Karena sebagaimana diketahui proses produksi dan SOP untuk produk halal lebih panjang dan rumit dibandingkan dengan proses produksi dan SOP produksi pakaian pada umumnya.

Selanjutnya menurut para produsen pakaian di Kota Mataram sukar untuk memenuhi indikator pada pakaian halal berdasarkan rantai pasokan. Menurut para produsen aspek yang pertama sulit untuk dipenuhi antara lain: 1) pengadaan bahan baku halal; 2) pergudangan halal; dan 3) SOP pakaian halal.

Berdasarkan penelitian ini dapat ditarik kesimpulan bahwasanya para produsen pakaian di Kota Mataram kesulitan untuk memenuhi indikator pakaian halal, karena keterbatasan sumber daya, hal ini berkaitan dengan para produsen di Kota Mataram adalah produsen kecil dan menengah yang tidak menjangkau seluruh aspek produksi dari hulu hingga ke hilir. Kemudian perlunya para akademisi yang memiliki perhatian pada industri halal untuk membuat indikator-indikator yang lebih mudah atau *feasible* bagi produsen pakaian kecil dan menengah ikuti, sehingga proses untuk mewujudkan cita-cita Indonesia sebagai negara pakaian halal terbesar di dunia menjadi lebih mudah dicapai.

## DAFTAR PUSTAKA

Ali, Muchtar, 'Konsep Makanan Halal Dalam Tinjauan Syariah Dan Tanggungjawab Produk Atas Produsen Industri Halal', *Ahkam*, XVI (2016), 291–306

Aziz, A. Y., and N. V. Chok, 'The Role of Halal Awareness, Halal Certification, and Marketing Components in Determining Halal Purchase Intention among Non-Muslims in Malaysia: A Structural Equation Modeling Approach', *Journal of International Food & Agribusiness*

*Marketing*, 1 (2013)

Daud, N.M., H.A. Aziz, N.H. Baharudin, and S.F. Shamsudin, “Identifying the Determinant Attributes Ofhalalcosmetics Product That Influence Its Positioning Strategy in Malaysian Market”, *Journal of Applied Sciences Research*, 8 (2012), 301–13

Departemen Agama RI, *Al-Qur'an Dan Terjemahan* (Bandung: CV. Darus, 2015)

Deputi of Economy Indonesian Ministry of National Development Planning, *Indonesia Islamic Economic Masterplan 2019-2024* (Jakarta, 2019)

Hanzaee, Kambiz Heidarzadeh, and Shahrzad Chitsaz, ‘A Review of Influencing Factors and Constructs on the Iranian Women’s Islamic Fashion Market’, *Interdisciplinary Journal of Research in Business*, 1 (2014), 94–100

Istiqomah, Nurul, ‘Mengungkap Mitos Simbol Halal Dalam Iklan Kerudung Zoya Di Instagram’ (Universitas Diponegoro, 2016)

Izzuddin, Ahmad, ‘Standar Halal’ (Semarang: LPPOM MUI Jawa Tengah, 2016), p. 35

Kahn, Mohd Imran, and Abid Haleem, ‘Understanding “ Halal ” and “ Halal Certification & Accreditation System ” - A Brief Review’, *Saudi Journal of Business and Management Studies*, 1 (2016), 32–43

Manurung, Hendra, ‘Indonesia Halal Industry & National Economy’, *The President Post* (Jakarta, 12 April 2019) <<http://en.presidentpost.id/2019/04/12/indonesia-halal-industry-national-economy/>>

Moleong, Lexy J., *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Cetakan ke-35 (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset, 2016)

Muflihin, M. Diliyaul, ‘Konstruksi Indikator Halal Dalam Perkembangan Industri Halal Fashion’ (Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, 2018)

Muttaqin, Aris Anwaril, ‘Konsep Penentuan Halal Dalam Ekonomi Islam (Studi Komparasi Hadist Riwayat Bukhari Dan Tirmidzi)’, *Indonesian Journal of Halal*, 1 (2018), 15–24  
<<https://doi.org/https://doi.org/10.14710/halal.v1i1.3111>>

Takhim, Muhamad, and Mashudi, ‘Maqosid Syariah Makanan Halal’, *Al-Mabsut*, 12 (2018), 17

Thomson Reuters, *State of The Global Islamic Economy* (Dubai, 2018)

Tieman, M., ‘The Application of Halal in Supply Chain Management: In-Depth Interviews’, *Journal of Islamic Marketing*, 2 (2011), 186–95

Wilsson, J.A.J., ‘Executive Interview: Charting the Rise of the Halal Market - Tales from the Field and Looking Forward’, *Journal of Islamic Marketing*, 3 (2012), 288–94