

Studia Economica : Jurnal Ekonomi Islam

Issn (Online) : 2809-4964, Issn (Print) : 2303-2618

journal homepage: <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/studiaeconomica>

Perkembangan Konsep *Halal Supply Chain* Dalam Industri Halal Fashion

Muhammad Helmi¹, Nurul Jannah²

Universitas Al Azhar Medan¹, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara²

Main Author's E-Mail Address / *Correspondent Author : nuruljannah@uinsu.ac.id

Correspondence: nuruljannah@uinsu.ac.id

Abstract

This article aims to develop the concept of supply chain management in the halal fashion industry. This article uses descriptive qualitative methods and is presented by referring to the main sources of knowledge for Muslims, namely the Koran and Hadith, which are then supported by articles written by several people. In developing the halal fashion supply chain concept, several things are looked at, namely suppliers, manufactures, distribution and retail. In the concept, suppliers are required to have standard sizes for halal fashion products in terms of raw materials and design of fashion products. In producing fashion, it is necessary to pay attention to production procedures that guarantee halalness. After that, in distributing fashion products, control action is required, which includes cleaning containers or transportation. transporter, separation between halal and haram goods, and at the final stage in retail, it is necessary to pay attention to marketing ethics in accordance with Islamic principles.

Keywords: *Fashion, Halal Industry, Supply Chain Management*

Abstrak

Tulisan ini bertujuan untuk mengembangkan konsep *supply chain management* dalam industri halal *fashion*, tulisan ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dan dipaparkan dengan merujuk kepada sumber pengetahuan utama umat Islam yaitu al-Quran dan Hadist yang kemudian di dukung oleh artikel yang telah ditulis oleh beberapa orang. Dalam perkembangan konsep *supply chain halal fashion* melihat beberapa hal yaitu *supplier, manufactures, Distribution, and Retail*. Pada konsep Spplier wajib memiliki standar ukuran dari produk kehalalan dari fashion dari sisi bahan baku dan desain dari produk fashionnya, dalam memproduksi fashion perlu memperhatikan prosedur produksi yang menjamin kehalalan, setelah itu, dalam mendistribusikan produk fashion diperlkan control action, yang mencakup pembersihan container atau transportasi pengangkut, pemisahan antara barang halal dan haram, dan pada tahap akhir pada retail, perlu memperhatikan etika pemasaran yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.

Kata kunci: *Fashion, Industri Halal, Supply Chain Management*

INTRODUCTION

Indonesia yang merupakan salah satu negara yang memiliki penduduk muslim terbesar di dunia sangat memiliki potensi dalam mengembangkan ekosistem halal. Penduduk muslim yang memiliki pemahaman mazhab syafi'i, otomatis akan meningkatkan kebutuhan akan produk halal. Saat ini, kebutuhan produk halal sudah menjadi bagian dari bisnis dunia yang sangat

Studia Economica : Jurnal Ekonomi Islam

Issn (Online) : 2809-4964, Issn (Print) : 2303-2618

journal homepage: <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/studiaeconomica>

menjanjikan, bukan hanya pada kalangan umat muslim melainkan juga pada kalangan non muslim.

Tren gaya hidup halal berawal dari kesadaran umat muslim akan konsumsi halal sebagaimana yang terdapat dalam al-Qur'an surah al-Baqarah ayat 168. Beranjak dari kesadaran tersebut, pemerintah bahkan dunia mulai gencar untuk memperkenalkan mengenai tren halal hingga saat ini. Walaupun sebenarnya tren halal sudah dimulai dari menerbitkan sertifikat halal pada makanan dan minuman yang diproduksi, akan tetapi saat ini sertifikat halal tidak hanya ditujukan pada makanan dan minuman namun sudah sampai pada keuangan, obat-obatan, kosmetik, wisata, fashion, dan lain sebagainya.

Tren halal di Indonesia masih tergolong tertinggal dari negara-negara Asia lainnya. Di negara Asia, industry halal sudah berkembang seperti Thailand yang telah memopulerkan negaranya sebagai negara dapur halal, Korea Selatan yang terkenal dengan industri kecantikannya menguasai kosmetik halal dunia, dan tak mau ketinggalan juga Tiongkok yang mendominasi industri tekstil halal dunia. (Faried, 2019) Hakikatnya Indonesia dengan meningkatnya penduduk muslim dari tahun ke tahun akan sangat memiliki potensi yang sangat besar dalam mengembangkan industry halal, dengan penambahan penduduk muslim ini secara tidak langsung akan meningkatkan permintaan terhadap produk halal.

Sejauh ini, Indonesia telah mengembangkan beberapa industry halal dengan dukungan undang-undang tentang Jaminan Produk Halal. Didalam perkembangan gaya hidup halal ini memuat beberapa industry yaitu halal food, Islamic finance, halal cosmetics and pharmaceuticals, halal travel, halal fashion. Untuk saat ini, Indonesia telah menetapkan ukuran halal dari segi halal food, halal kosmetik dan obat-obatan, akan tetapi halal fashion, sampai saat ini, Indonesia hanya telah mengeluarkan isu terkait fashion wajib bersertifikat halal maksimal pada tahun 2026 (Herman, 2022) tanpa menetapkan indikator fashion halal.

Dalam hal halal fashion ini apakah hanya melihat dari bahan bakunya saja, atau melihat bagaimana produksi produk fashion tersebut? Bukankah al-Qur'an telah menjelaskan beberapa adab dalam berpakaian terutama yang paling banyak adalah penjelasan adab berpakaian bagi seorang wanita. Maka, harusnya indikator halal fashion dapat melihat dari beberapa indikator yang dijelaskan di dalam al-Qur'an bukan hanya memfokuskan pada tren gaya fashion dunia.

Demi mewujudkan gaya hidup halal fashion di Indonesia, tulisan ini bertujuan untuk mengembangkan konsep *supply chain halal fashion*, konsep yang dipaparkan dengan merujuk kepada sumber pengetahuan utama umat Islam yaitu al-Quran dan Hadist yang kemudian didukung oleh artikel yang telah ditulis oleh beberapa orang

LITERATURE REVIEW

Konsep Fashion

Fashion menurut Soekanto merupakan suatu mode yang hidupnya tidak lama, yang mungkin menyangkut gaya bahasa, perilaku, hobi terhadap model pakaian tertentu. (Soekanto, 2014, hal. 186) Menurut Lypovettsky, *fashion* merupakan bentuk perubahan yang bercirikan oleh rintikan waktu yang cepat, sehingga *fashion* merupakan kekuatan dari individualitas dengan mengizinkan seseorang untuk mengekspresikan dirinya dalam berbusana

Konsep Supply Chain Management

Istilah *supply chain* dan *supply chain management* sudah menjadi jargon yang umum dijumpai di berbagai media baik majalah manajemen, buletin, koran, buku ataupun dalam diskusi-diskusi. Namun tidak jarang kedua term di atas di persepsikan secara salah. Banyak yang mengkonotasikan *supply chain* sebagai suatu software. Bahkan ada yang mempersepsikan

Studia Economica : Jurnal Ekonomi Islam

Issn (Online) : 2809-4964, Issn (Print) : 2303-2618

journal homepage: <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/studiaeconomica>

bahwa supply chain hanya dimiliki oleh perusahaan manufaktur saja. Sebagai disiplin, supply chain management memang merupakan suatu disiplin ilmu yang relative baru.(Anwar, 2011)

Saat ini supply chain management merupakan suatu topik yang hangat dan menarik untuk didiskusikan bahkan mengundang daya tarik yang luar biasa baik dari kalangan akademisi maupun praktisi. Supply chain dapat didefinisikan sebagai sekumpulan aktifitas Dalam supply chain ada beberapa pemain utama perusahaan yang mempunyai kepentingan yang sama, yaitu: 1) Supplier, 2) Manufactures, 3) Distribution, 4) Retail Outlet, 5) Customers.(Anwar, 2011)

METHOD

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif dengan metode studi kepustakaan (*library research*). Dalam hal ini, penulis akan menguraikan terkait supply chain management *fashion* halal, diawali dengan defenisi hingga perkembangan konsep halal supply chain dalam industry halal *fashion*. Penulis akan menggunakan sumber primer yang berasal dari Alquran dan Hadis serta sumber sekunder yang berasal dari buku dan artikel ilmiah.

RESULTS AND DISCUSSION

1. Konsep Fashion

Defenisi Fashion

Fashion menurut Soekanto merupakan suatu mode yang hidupnya tidak lama, yang mungkin menyangkut gaya bahasa, perilaku, hobi terhadap model pakaian tertentu.(Soekanto, 2014, hal. 186) Menurut Lypovettsky, *fashion* merupakan bentuk perubahan yang bercirikan oleh rintikan waktu yang cepat, sehingga *fashion* merupakan kekuatan dari individualitas dengan mengizinkan seseorang untuk mengekspresikan dirinya dalam berbusana. Ilmuwan lain juga ada yang mengatakan yaitu Polhemus dan Procter bahwa *fashion* digunakan sebagai sinonim atau persamaan dari istilah dandanan, busana dan gaya di dalam masyarakat.(Barnard, 2016, hal. 13)

Menurut *The Contemporary English Indonesian Dictionary of English Language*, *Fashion* adalah gaya atau kebiasaan misalnya dalam berperilaku atau berpakaian. Seperti pakaian dengan gaya sesuai pada zamannya, dan lain sebagainya.(Ahmad, 1999, hal. 7–8) Barnard memberikan perbedaan antara *fashion* dan gaya. Jika gaya menyangkut pengertian seseorang tentang kepribadian dirinya dan kemudian menggunakan busana yang cocok sesuai selera. Sedangkan *fashion* adalah perkembangan *trend* yang terus berubah mengikuti masa. Seorang yang mengikuti *trend fashion* belum tentu mampu mengaplikasikan *trend* tersebut ke dirinya, sehingga gaya nya dapat menjadi kurang cocok. Namun orang yang mengerti gaya dirinya sendiri, akan mampu menyesuaikan *fashion* sesuai kebutuhan dan kenyamanan dirinya.(Barnard, 2016, hal. 14)

Sesuatu dikatakan *fashion* jika terjadi perubahan dari masa ke masa, maka jika sudah terjadi perubahan *fashion* terbaru pada masa tersebut maka *fashion* yang telah berlalu akan dianggap kuno dan akan ditinggalkan. Biasanya *fashion* akan dipopulerkan oleh para pengembang busana dan public figure yang memiliki banyak pengikutnya. Sehingga *fashion* pada masa tersebut dapat tersebar ke seluruh penduduk Negara bahkan dunia. Seperti contoh di masa sekarang, *fashion* yang berkembang di Indonesia adalah pakaian yang berwarna-warni layaknya warna *cake* dan pakaian yang berwarna *soft* dan pemakainya disebut dengan kata-kata "cewek kue dan cewek bumi". Sebelumnya *fashion monochrome* masih menduduki trend nya, akan tetapi sebelum berubahnya tahun, *fashion* pun terus bergerak mengalami perubahan. Maka, *monochrome* tidak lagi populer untuk saat ini, dan akan ditinggalkan karena sudah tidak kekinian.

Fungsi *Fashion*

- a. Sebagai sarana komunikasi, *fashion* dapat menyampaikan pesan artifaktual yang bersifat non-verbal
- b. *Fashion* dapat merefleksikan atau mengekspresikan keadaan hati seseorang menggunakannya
- c. *Fashion* mempunyai suatu fungsi kesopanan dan daya tarik tersendiri bagi yang melihatnya
- d. *Fashion* sebagai fenomena budaya
- e. *Fashion* dapat mengungkap mengenai identitas pemakainya
- f. *Fashion* juga bisa digunakan untuk menunjukkan nilai sosial dan status, karena dengan melihat dari *fashion* maka orang lain dapat membuat kesimpulan mengenai siapa dia, kelompok sosial mana. (Barnard, 2016, hal. 16)

2. Kriteria Pakaian Muslim/ah

a. Tidak boleh memakai emas dan kain sutera asli bagi laki-laki

Dalam hadist yang diriwayatkan Ibnu Majah mengenai haramnya laki-laki untuk memakai perhiasan emas dan kain sutera, yang artinya : Dari Ali bin Abi Thalib, ia berkata: Rasulullah saw mengambil sutera, ia letakkan disebelah kanannya, dan ia mengambil emas kemudian diletakkan disebelah kirinya kemudian Nabi mengangkat kedua tangannya dan berkata: “kedua ini haram bagi laki-laki dari umatku, tetapi dihalalkan bagi perempuan.” (H.R. Ibnu Majah) (Qazwini (al), 1823, hal. 599)

Berdasarkan dalil diatas, para ulama mengharamkan bagi laki-laki untuk memakai kain sutera baik untuk dipakai sebagai pakaian ataupun hanya sebagai alas tempat duduk (walaupun terdapat beberapa kelompok ulama yang membolehkannya) (Sabiq, 2013, hal. 403)

Dilarangnya laki-laki untuk menggunakan emas dan kain sutera adalah karena Islam bermaksud kepada tujuan pendidikan dan moral yang tinggi, Islam harus selalu melindungi sifat keperwiraan laki-laki dari segala macam bentuk kelemahan, kejatuhan dan kemerosotan. Selain itu, Islam juga ingin memberantas hidup bermewah-mewahan. (Muflihin, 2018)

Berbeda dari wanita, wanita tidak dilarang untuk memakai emas dan kain-sutera, hal ini untuk memenuhi perasaan wanita sesuai dengan tuntutan sifat kewanitaannya dan fitrahnya yang suka berhias dan terlihat lebih indah serta cantik. Akan tetapi, tetap harus mengikuti aturan berhias sesuai dengan syariat Islam.

b. Tidak transparan dan tidak membentuk lekuk tubuh

Hakikatnya, pakaian dipakai dengan tujuan untuk menutupi bagian tubuh yang harus ditutupi, selain itu juga, pakaian harusnya tidak membuat orang lain dapat melihat bentuk tubuhnya, sehingga pakaian harusnya longgar, lebar dan tidak transparan, sehingga bentuk tubuh dan warna tubuh tidak terlihat oleh orang lain yang tidak pantas untuk melihatnya. Dengan begitu, seseorang pantas untuk disebut dengan orang yang terhormat karena dia tidak mengumbar tubuhnya untuk semua orang.

Islam sebagai agama yang selalu menjunjung tinggi kehormatan baik itu kehormatan wanita maupun laki-laki akan sangat mengharamkan pakaian yang transparan dan berbentuk tubuh. Sebagaimana hadis Rasulullah saw yang diriwayatkan Abu Hurairah, yang artinya: Dari Abu Hurairah berkata, Rasulullah saw bersabda, “Ada dua golongan penduduk neraka yang keduanya belum pernah aku lihat, *pertama*, kaum yang memiliki cambuk seperti ekor sapi, yang dipergunakannya untuk memukul orang, *kedua*, wanita-wanita berpakaian tetapi sama juga

Studia Economica : Jurnal Ekonomi Islam

Issn (Online) : 2809-4964, Issn (Print) : 2303-2618

journal homepage: <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/studiaeconomica>

dengan telanjang (karena pakaiannya terlalu minim, tipis, tembus pandang, ketat, atau pakaian yang merangsang pria karena sebagian auratnya terbuka), berjalan berlempak-lempok, mudah dirayu atau suka merayu, rambut mereka disasak bagaikan punuk unta. Wanita-wanita tersebut tidak dapat masuk surga, bahkan tidak dapat mencium bau surga. Padahal bau surga itu dapat tercium dari begini dan begini.” (H.R.Muslim) (al-Naisaburi, 1991, hal. 1680)

Berdasarkan dalil diatas telah jelas bahwa pakaian itu harusnya longgar dan tebal, karena bentuk tubuh wanita dapat menimbulkan syahwat bagi laki-laki yang memandangnya, sehingga Islam membuat aturan bagi wanita dalam berpakaian, agar wanita terhindar dari fitnah. Dan wanita juga dapat menjaga kehormatan dirinya.

Selain itu Allah swt juga berfirman di dalam surah Al-ahzab ayat 59, yang artinya: Wahai Nabi Muhammad, katakanlah kepada istri-istrimu, anak-anak perempuanmu, dan istri-istri orang mukmin hendaklah mereka mengulurkan jilbabnya ke seluruh tubuh mereka, yang demikian itu agar mereka lebih mudah untuk dikenali sehingga mereka tidak diganggu. Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang. (Departemen Agama Republik Indonesia, 2005, hal. 426)

Dari firman Allah swt diatas, jelas bahwa identitas seorang muslimah akan terlihat dari pakaiannya, seorang muslimah akan melebarkan pakaiannya dan mengulurkan sampai bawah penutup kepalanya sehingga tidak terlihat bentuk dadanya, demikianlah Islam menghormati dan menghargai seorang wanita.

Mirisnya, wanita di zaman sekarang tidak paham akan kehormatan dirinya, banyak dari wanita memakai pakaian tetapi pakaiannya tipis sehingga terlihat warna kulit tubuhnya, selain itu pakaiannya juga ketat sehingga menampilkan lekuk tubuhnya terutama dibagian-bagian yang dapat menimbulkan syahwat lelaki. Sehingga dapat dikatakan banyak dari wanita hanya memakai lilitan kain ditubuhnya akan tetapi hakikatnya mereka telanjang.

Gambar 1. Pakaian muslimah yang benar



Selain itu, trend *fashion* di kalangan wanita zaman modern adalah mengikat rambutnya sampai ke atas menyerupai punuk unta, jika tidak memiliki rambut, mereka sengaja membeli jepitan rambut yang besar agar saat mereka mengikat rambutnya, dapat sampai keatas menyerupai punuk unta. Padahal, di dalam hadist diatas, tidak boleh bagi seluruh muslimah untuk menyasak rambut menyerupai punuk unta. Dan juga, banyak wanita yang tidak puas dengan rambut aslinya, sehingga mereka lebih memilih menggunakan rambut palsu agar terlihat lebih menarik. Islam tidak pernah melarang wanita ataupun laki-laki untuk terlihat lebih indah dan cantik, akan tetapi keindahan tersebut tetap berada pada syariat yang telah ditetapkan Allah swt dan RasulNya.

Studia Economica : Jurnal Ekonomi Islam

Issn (Online) : 2809-4964, Issn (Print) : 2303-2618

journal homepage: <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/studiaeconomica>

Gambar 2. Jilbab menyerupai punuk unta



Menutup aurat merupakan kewajiban bagi seluruh muslim/ah. Aurat bagi laki-laki dari pusat hingga dengkul sedangkan aurat bagi perempuan dari ujung kepala sampai ujung kaki kecuali telapak tangan dan muka, sehingga pakaian yang diperbolehkan adalah pakaian yang dapat menutupi seluruh aurat tersebut. Dalam Islam pakaian hanya digunakan sebagai penutup tubuh untuk menjaga kehormatannya bukan sebagai penarik perhatian orang banyak.

c. Tidak menyerupai pakaian lawan jenisnya

Seorang laki-laki diharamkan menyerupai perempuan dan sebaliknya perempuan juga diharamkan menyerupai laki-laki baik dalam penampilan, perkataan, perbuatan yang telah menjadi khas dari salah satu keduanya. Rasulullah saw pernah mengatakan bahwa perempuan dilarang memakai pakaian laki-laki dan sebaliknya, bukan hanya pakaian, laki-laki pun tidak boleh menyerupai perempuan dari bicaranya, gerak-geriknya, cara berjalannya, dan lain sebagainya yang telah menjadi khas dari seorang perempuan, dan sebaliknya perempuan juga seperti itu. Karena perempuan dan laki-laki memiliki keistimewaannya masing-masing. Terdapat hadist yang diriwayatkan Abu Hurairah, yang artinya: Dari Abu Hurairah berkata, Rasulullah saw melaknat laki-laki yang memakai pakaian perempuan, dan perempuan memakai pakaian laki-laki. (H.R. Abu Dawud) (As-Sijistani, n.d., hal. 733)

Gambar 3. Pakaian menyerupai lawan jenisnya



d. Tidak menyerupai pakaian orang kafir

Terdapat beberapa jenis pakaian non-muslim atau kafir yang tidak boleh digunakan oleh muslim yaitu pakaian yang menunjukkan symbol atau ciri khas dari non-muslim. Tujuan dari larangan ini adalah agar tidak terjadi dampak negative pada akidah, keimanan dan akhlak

Studia Economica : Jurnal Ekonomi Islam

Issn (Online) : 2809-4964, Issn (Print) : 2303-2618

journal homepage: <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/studiaeconomica>

muslim. Dalam Fatma MUI nomor 56 tahun 2016 tentang hukum menggunakan atribut keagamaan non-muslim, atribut keagamaan adalah suatu yang dipakai dan digunakan untuk menjadi identitas, ciri khas atau tanda tertentu dari agama tertentu, baik terkait dengan keyakinan, ritual ibadah, maupun tradisi dari agama tertentu. (Alawiyah, Handrianto, & Kania Rahman, 2020)

Kaidah standar yang dipakai dalam membolehkan atau melarang seseorang adalah bahwa setiap pakaian yang membuat orang yang melihatnya menyangka bahwa pemakainya adalah orang kafir atau dinisbatkan pada kefasikan, maka itu merupakan golongan *tashabbuh* (penyerupaan) yang terlarang. Sebagaimana hadist Rasulullah saw, yang artinya: Dari Ibnu Umar berkata, Rasulullah saw bersabda, "Barangsiapa menyerupai suatu kaum, maka ia termasuk dari golongan mereka." (H.R. Abu Dawud) (As-Sijistani, n.d., hal. 721)

Maksud dari hadis diatas bahwa siapapun muslim yang mengikuti cara pakaian, cara hidup, perilaku, kebiasaan dan perkataan mereka (non-muslim/kafir) maka, muslim tersebut termasuk pada golongan mereka.

Sangat disayangkan bahwa beberapa bulan yang lalu, kementerian agama mengeluarkan model baju batik kementerian agama terbaru bertema moderasi beragama, dengan desain batik tempat ibadah semua agama yang ada di Indonesia. Apakah hal ini dapat dianggap menyerupai pakaian orang kafir??? Karena terdapat didalamnya atribut yang merupakan kekhasan dari orang kafir. Hal ini menuai beragam perdebatan, apalagi sampai ada aturan mewajibkan pegawai untuk memakainya. Hakikatnya, makna dari moderat adalah pertengahan akan tetapi bukan berarti arti dari pertengahan tersebut kita harus meyakini agama lainnya. Bahkan di al-Qur'an telah disebutkan bagaimana menghormati agama lainnya yaitu terdapat dalam surah al-Kafirun ayat terakhir, yang artinya: "bagimu agamamu dan bagi ku agamaku". Berikut ini gambar dari baju batik moderasi beragama:

Gambar 4. Baju Batik Moderasi Beragama



e. Tidak berbentuk pakaian *Syuhrah*

Pakaian *Syuhrah* adalah pakaian yang sengaja digunakan untuk memamerkan kebesaran dan kemasyhuran ditengah masyarakat. (Alawiyah et al., 2020) Dalam Islam tidak diperbolehkan untuk berlebih-lebihan dan ditujukan untuk kesombongan baik itu dari sisi makan, minum ataupun berpakaian. Berlebih-lebihan ialah melewati batas ketentuan dalam menikmati yang halal. Dan yang disebut dengan kesombongan ialah bermaksud bermegah-megah dan menunjuk-nunjukkan serta menyombongkan diri terhadap orang lain. (Muflihah, 2018) Dalam firman Allah swt telah dijelaskan bahwa Allah swt tidak menyukai orang yang sombong dalam surah al-Hadid ayat 23.

Rasulullah saw bersabda mengenai pakaian *syuhrah*, yang diriwayatkan Ibnu Umar ra,

Studia Economica : Jurnal Ekonomi Islam

Issn (Online) : 2809-4964, Issn (Print) : 2303-2618

journal homepage: <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/studiaeconomica>

yang artinya: Dari Ibnu Umar ra, Rasulullah saw bersabda: “Siapa yang memakai pakaian *syuhrah* didunia maka Allah akan memakaikan kepadanya pakaian kehinaan pada hari kiamat.” (H.R.Ahmad Nasai, Ibnu Majah dan Baihaqi). Dan Abu Dawud meriwayatkan dengan redaksi: “Siapa yang memakai pakaian *syuhrah* maka Allah memakaikan kepadanya pakaian semisal itu kemudian dinyalakannya dengan api neraka.” (H.R. Abu Dawud) (As-Sijistani, n.d., hal. 721)

Dalam hadist diatas menjelaskan bahwa sebagai muslim/ah yang taat kepada Allah swt dan RasulNya diharamkan memakai pakaian yang sangat mencolok atau yang menarik perhatian orang banyak, yang mana jika kita memakan pakaian tersebut, muncullah sikap angkuh atau arogan dalam diri kita. Maka, untuk menghindari manusia dari perasaan angkuh atau sombong tersebut, Islam melarang manusia untuk berlebih-lebihan. Yang perlu diketahui bahwa, fungsi utama dari pakaian adalah untuk menutup tubuh dan menjaga kehormatan diri dari setiap manusia.

f. Bagi muslimah tidak diberi hiasan yang berlebihan, menampakkan perhiasan dan menggunakan wewangian yang mencolok wanginya.

Islam sangat menganjurkan setiap muslim/ah untuk terlihat indah, rapi dan wangi. Hal ini dibuktikan dari hadist riwayat muslim yang menyatakan bahwa sesungguhnya Allah swt Maha Indah dan menyukai keindahan.

Rasulullah saw menganjurkan menggunakan parfum sebagai bagian dari sunnahnya, sebagaimana hadist yang artinya: Telah menceritakan kepada kami sufyan bin waki' telah menceritakan kepada kami hafsu bin ghiyas dari al-hajjaj dari makhul dari abi syimal dari abi ayyub berkata Rasulullah saw, ”empat perkara yang merupakan sunnah rasul : malu, memakai parfum, bersiwak dan menikah”. (H.R. Tirmizi) (bin Saurah, 2003, hal. 357)

Akan tetapi dalil anjuran memakai parfum ini lebih dikhususkan kepada laki-laki, terutama ketika akan melakukan shalat jumat, agar suasana ibadah semakin khusu' dan tenang. Hakikatnya Islam tidak pernah melarang muslim/ah untuk berhias agar terlihat indah, rapi dan wangi, hanya saja terdapat batasan dari setiap berhias yaitu tidak berlebih-lebihan.

Memakai wangi-wangian ditujukan agar orang yang berada disekitar kita tidak terganggu dengan bau badan tak sedap terutama saat sedang beribadah yang akan berimbas pada tidak khusu'nya ibadah yang dilaksanakan. Sebagaimana hadist Rasulullah saw, yang artinya: Rasulullah saw bersabda, ”Sesungguhnya hari ini (Jum'at) adalah hari besar yang dijadikan Allah untuk muslimin. Siapa diantara kamu yang datang shalat jum'at hendaklah mandi dan bila punya parfum hendaklah dipakainya dan hendaklah kalian juga bersiwak.” (H.R. Ibnu Majah) (bin Yazid, 2004, hal. 347)

Jika hadist diatas dianjurkan memakai wangi-wangian bagi laki-laki, lantas apakah bagi muslimah dianjurkan juga atau malah dilarang memakai wewangian? Sebagaimana hadis Rasulullah saw, yang artinya: Rasulullah saw bersabda, ”jika seorang perempuan memakai wewangian lalu sengaja lewat diantara orang-orang agar mencium wanginya, maka dia begini begitu (sindiran berbuat zina).” (H.R. Abu Dawud) (As-Sijistani, n.d.)

Maka hadist diatas, dapat dipahami bahwa seorang wanita tidak dianjurkan untuk memakai wewangian sampai tercium oleh lelaki yang tidak mahrom baginya. Dapat dikatakan pemakaian wewangian bagi wanita hanya sekedar untuk tidak tercium bau tidak sedap yang ada pada tubuhnya bukan untuk menarik perhatian para lelaki yang bukan mahromnya. Sehingga wanita juga dapat melaksanakan ibadah dan aktivitas lainnya dengan tenang dan khusu'.

Selain itu, dalam fashion seorang muslimah tidak diperbolehkan untuk memperlihatkan perhiasan dan memakan hiasan yang terlalu berlebihan. Intinya adalah fashion bagi wanita tidak bole menjadi penarik perhatian bagi orang lain.

Studia Economica : Jurnal Ekonomi Islam

Issn (Online) : 2809-4964, Issn (Print) : 2303-2618

journal homepage: <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/studiaeconomica>

3. Konsep Supply Chain Management

Istilah supply chain dan supply chain management sudah menjadi jargon yang umum dijumpai di berbagai media baik majalah manajemen, buletin, koran, buku ataupun dalam diskusi-diskusi. Namun tidak jarang kedua term diatas di persepsikan secara salah. Banyak yang mengkonotasikan supply chain sebagai suatu software. Bahkan ada yang mempersepsikan bahwa supply chain hanya dimiliki oleh perusahaan manufaktur saja. Sebagai disiplin, supply chain management memang merupakan suatu disiplin ilmu yang relative baru.(Anwar, 2011)

Saat ini supply chain management merupakan suatu topik yang hangat dan menarik untuk didiskusikan bahkan mengundang daya tarik yang luar biasa baik dari kalangan akademisi maupun praktisi. Supply chain dapat didefinisikan sebagai sekumpulan aktifitas Dalam supply chain ada beberapa pemain utama perusahaan yang mempunyai kepentingan yang sama, yaitu: 1) Supplier, 2) Manufactures, 3) Distribution, 4) Retail Outlet, 5) Customers.(Anwar, 2011)

a. Chain 1 : Supplier

Jaringan bermula dari sini, yang merupakan sumber yang menyediakan bahan pertama, dimana rantai penyaluran baru akan mulai. Bahan pertama ini bisa dalam bentuk bahan baku, bahan mentah, bahan penolong, barang dagangan, suku cadang dan lain-lain.

b. Chain 1–2–3 : Supplier–Manufactures–Distribution

Barang yang sudah dihasilkan oleh manufactures sudah mulai harus disalurkan kepada pelanggan. Walaupun sudah tersedia banyak cara untuk menyalurkan barang kepada pelanggan, yang umum adalah melalui distributor dan ini biasanya ditempuh oleh sebagian besar supply chain.

c. Chain 1-2-3-4 : Supplier–Manufactures–Distribution-Retail Outlet

Pedagang besar biasanya mempunyai fasilitas gudang sendiri atau dapat juga menyewa dari pihak lain. Gudang ini digunakan untuk menyimpan barang sebelum disalurkan lagi ke pihak pengecer. Disini ada kesempatan untuk memperoleh penghematan dalam bentuk jumlah inventoris dan biaya gudang dengan cara melakukan desain kembali pola pengiriman barang baik dari gudang manufacture maupun ke toko pengecer.

d. Chain 1-2-3-4-5 : Supplier–Manufactures–Distribution-Retail Outlet-Customer

Para pengecer atau retailer menawarkan barang langsung kepada para pelanggan atau pembeli atau pengguna barang langsung. Yang termasuk retail outlet adalah toko kelontong, supermarket, warung-warung, dan lain-lain.

Secara sederhana pemain utama dalam proses SCM dapat digambarkan dibawah ini:

Gambar 5. Proses Supply Chain Management



4. Perkembangan Konsep *Supply Chain Halal Fashion*

Perjalanan industry halal di Indonesia masih berlangsung hingga sekarang, akan tetapi terlihat dari pantauan yang ada, Indonesia berjalan lebih lambat dari negara-negara lain di dunia. Indonesia yang dengan potensi perkembangan industry halal diperkirakan akan sangat berkembang dengan pesat, belum bisa mendahului negara asia lainnya yang terbilang penduduk muslimnya sangat minim. Industri halal khususnya fashion merupakan industry yang sangat berpotensi dalam perkembangannya di Indonesia mengingat penduduk muslim di Indonesia tergolong tinggi. Selain itu, setiap warga Indonesia akan sangat memperhatikan penampilannya dalam setiap aktivitas mereka. Namun, apakah indicator dari fashion halal ini akan sangat berpatokan pada al-Qur'an dan Hadist atau malah mengikuti tren fashion kekinian yang digandrungi seluruh dunia. Apakah agama yang harus menyesuaikan dengan tren atau tren yang harus menyesuaikan dengan agama???

Dalam kisah Rasulullah saw yang lahir di tengah kaum Jahiliyyah pada masa itu, terdapat kebiasaan-kebiasaan atau tren yang terjadi pada kalangan mereka, akan tetapi Rasulullah saw tidak serta merta mengikutkan dirinya pada tren yang ada jika tren tersebut tidak sesuai dengan syariat Islam, beliau berani tampil berbeda demi menyebarkan dakwah keIslaman saat itu. Jadi, bagaimana dengan kita yang mengaku menjadi umat Rasulullah saw?? Berikut ini akan dibahas bagaimana perkembangan konsep *supply chain halal fashion*:

a. Supplier

Sebagai awal bermuaranya *halal fashion*, supplier wajib memiliki standar ukuran dari produk kehalalan *fashion* tersebut, akan tetapi tidak hanya melihat pada bahan baku yang digunakan dalam membuat *fashion* saja melainkan dari desain yang akan diproses pada suatu produk *fashion*.

Masalah yang harus dihadapi dalam perkembangan *fashion* ini adalah mode atau gaya busana yang digunakan muslimah masih tidak syar'i, mereka menggunakan hijab akan tetapi pakaian nya tipis dan sempit serta membentuk tubuh, sama seperti memakai baju tapi telanjang, yang dipopulerkan dengan nama *jilboob*.(Hasan & Hamdi, 2022) Maka untuk mengatasi permasalahan ini adalah berawal dari pihak supplier harus menyiapkan desain *fashion* yang sesuai syariat Islam. Maka sebagai supplier selain memiliki ilmu desain, tetap memahami bagaimana *fashion* yang diperbolehkan dalam Islam. Selain gaya hidup halal, *fashion* seorang muslim/ah digunakan sebagai pembentuk pengidentifikasian diri atau *self-identify*, dimana sebagian muslia/ah menganggap mereka dapat memperlihatkan citra diri mereka sendiri melalui gaya berpakaian mereka. *Self-identify* juga mengacu pada bagaimana mereka ingin diperlakukan oleh orang lain dan bagaimana orang lain memandang mereka.(Ramadhani, Nur, & Murniningsih, 2021)

Namun, *fashion* tidak boleh ketinggalan zaman, di zaman sekarang yang menjadi tantangannya adalah bagaimana penggunaan busana dan asesorisnya tetap pada aturan Islam akan tetapi dapat mendunia. Sehingga, *fashion* halal tetap dapat menjadi tren dan tidak ketinggalan zaman atau kuno.

b. Manufaktures

Rantai pasokan *fashion* halal terdiri dari seluruh kegiatan yang melibatkan pengadaan, penyediaan bahan halal untuk pembuatan, dan pengiriman produk *fashion* akhir untuk dikonsumsi. Kegiatan manufaktur harus memastikan pemisahan Kain/bahan halal dari yang tidak halal. Kain pakaian halal dan barang *fashion* lainnya seperti sepatu, ikat pinggang, dan tas harus diverifikasi kehalalannya; produk yang terbuat dari kulit tidak boleh terdiri dari kulit, bulu, dan bagian dari babi atau binatang apa pun yang tidak dibunuh dengan benar

Studia Economica : Jurnal Ekonomi Islam

Issn (Online) : 2809-4964, Issn (Print) : 2303-2618

journal homepage: <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/studiaeconomica>

menggunakan hukum Islam. (Sumarliah, Li, Wang, Fauziyah, & Indriya, 2022)

Adapun tugas devisi produksi dalam industri halal adalah: (Muflihin, 2018)

- a) Menyusun prosedur produksi yang dapat menjamin kehalalan produk.
- b) Melakukan pemantauan produksi yang bersih dan bebas dari bahan haram dan najis.
- c) Menjalankan kegiatan produksi sesuai dengan matrik formulasi bahan yang telah disusun oleh KAHl dan diketahui oleh LPPOM MUI.
- d) Melakukan komunikasi dengan KAHl dalam hal proses produksi halal.

c. Distribution

Distribusi adalah pembagian atau pengiriman barang-barang produk kepada orang banyak atau ke beberapa tempat untuk mendapatkan keuntungan, dalam industri halal fashion yang perlu ditekankan juga bahwa dalam proses distribusi juga harus dipastikan halal, atau bersih, mulai dari proses pengangkutan produk ke dalam mobil pengangkut hingga sampai ke distributor.

Adapun control action yang dilakukan pada saat distribusi adalah sebagai berikut:

- a) pembersihan container, container pendingin, transportasi atau kendaraan pengangkut sebelum digunakan, standar kebersihannya mengikuti standar kebersihan dan higienis yang berlaku. Jika sebelumnya ada muatan pengiriman yang tidak halal. Tingkat higienis adalah diatas bersih, maka industri halal fashion harus mengikuti standar higienis untuk menjaga kehalalan produknya. Jika kontainer atau pengangkut dengan box pendingin maka harus dipastikan tidak ada sisa zat yang tidak halal pada kontainer tersebut, jika sebelumnya digunakan untuk mengangkut produk yang tidak halal.
- b) Pengisian produk/bahan halal pada container, transportasi atau kendaraan pengangkut, tidak boleh tercampur antara produk/bahan halal dan haram pada container, transportasi atau kendaraan pengangkut dalam pengisian
- c) Dokumentasi, Labeli dengan “HALAL SUPPLY CHAIN” pada pembawa muatan, pastikan “HALAL SUPPLY CHAIN” ditandai atau diberi kode pada dokumen pengangkutan. Labeli “REJECTED” pada pembawa muatan jika produk/bahan dimungkinkan munculnya kerusakan/bahaya, produk cacat, kerusakan besar, produk terkontaminasi dll. (Muflihin, 2018)

d. Retail

Retail adalah istilah umum dalam dunia ekonomi dan bisnis. Istilah retail adalah biasanya digunakan untuk pengecer atau penjual eceran. Retail adalah penjualan komoditas atau barang dalam jumlah kecil kepada konsumen akhir. Dengan kata lain, retail adalah berkaitan dengan atau terlibat dalam penjualan komoditas secara eceran. Dalam hal bisnis, arti retail adalah sebuah upaya pemasaran barang dan jasa yang dilakukan secara eceran atau satuan langsung kepada para konsumen untuk keperluan pribadi maupun rumah tangga. (Shaid, 2022)

Dalam hal ini, retail sangat dekat hubungannya dengan pemasaran. Melakukan jualbeli artinya perlu memahami bagaimana strategi pemasaran yang baik, akan tetapi untuk menjaga standar halalnya, Islam juga telah mengatur bagaimana pemasaran yang benar dalam Islam. Pemasaran dalam alQur'an meliputi 3 unsur, yaitu:

- a) Pemasaran beretika, Pemasaran dapat dikatakan beretika ketika memenuhi dua unsur utama yaitu bersikap lemah lembut dan sopan santun, promosi harus menggunakan kata-kata yang lembut dan sopan santun. Seorang pelaku bisnis harus bersikap ramah dalam melakukan promosi. Orang yang beriman diperintahkan untuk bermurah hati, sopan dan bersahabat saat melakukan praktik bisnis dengan sesama manusia. alQur'an memberikan aturan kepada umat

Studia Economica : Jurnal Ekonomi Islam

Issn (Online) : 2809-4964, Issn (Print) : 2303-2618

journal homepage: <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/studiaeconomica>

Islam untuk berlaku sopan dalam kehidupan sehari-hari sekalipun kepada orang-orang yang kurang cerdas.

b) Pemasaran profesional, Pemasaran yang profesional dalam alQur'an harus memenuhi beberapa unsur di antaranya: bersikap adil dalam berpromosi. Perilaku curang, adanya unsur gharar atau kebohongan, manipulasi, dan mencampuradukkan kebenaran dengan kebathilan, baik dalam menerangkan spesifikasi barang dagangan memberitahukan harga atau banyaknya pemesanan sering kali merusak citra bisnis di berbagai wilayah. Realitas ini bertolak belakang dengan etika pemasaran Islam yang mengutamakan prinsip kejujuran. Berikutnya adalah bersikap adil terhadap orang lain walaupun mereka adalah orang non-muslim, sehingga konsep rahmatan lil 'alamin benar-benar terimplementasi bagi siapapun yang berinteraksi dengannya. Keadilan merupakan tujuan utama dari syariat Islam. Keadilan harus diwujudkan dalam berbagai aspek kehidupan manusia seperti dalam masalah keluarga, sosial, ekonomi, politik dan lingkungan.

c) Transparan dalam pemasaran. Dalam teori pemasaran perspektif alQur'an, pemasaran dikatakan transparan jika tidak menggunakan cara batil, realistis, dan bertanggungjawab. Suatu bisnis dilarang oleh syariat Islam jika di dalamnya mengandung unsur tidak halal, atau melanggar dan merampas hak dan kekayaan orang lain. Ketidakadilan berakar pada semua tindakan dan perilaku bisnis yang tidak dikehendaki. Maka semua ajaran yang ada di dalam al-Qur'an berupaya menjaga hak-hak individu dan menjaga solidaritas sosial, untuk mengenalkan nilai moralitas yang tinggi dalam dunia bisnis dan untuk menerapkan hukum Allah dalam dunia bisnis. (Muflihini, 2018)

CONCLUSION

Perkembangan konsep *supply chain halal fashion*:

1. Supplier

Sebagai awal bermuaranya *halal fashion*, supplier wajib memiliki standar ukuran dari produk kehalalan *fashion* tersebut, akan tetapi tidak hanya melihat pada bahan baku yang digunakan dalam membuat *fashion* saja melainkan dari desain yang akan diproses pada suatu produk *fashion*. Desain dalam pembuatan busana ataupun asesoris dari *fashion* tetap disesuaikan dengan yang sudah diatur dalam alQur'an dan Hadis.

2. Manufaktures

Adapun tugas divisi produksi dalam industri halal adalah:

- a) Menyusun prosedur produksi yang dapat menjamin kehalalan produk.
- b) Melakukan pemantauan produksi yang bersih dan bebas dari bahan haram dan najis.
- c) Menjalankan kegiatan produksi sesuai dengan matrik formulasi bahan yang telah disusun oleh KAHU dan diketahui oleh LPPOM MUI.
- d) Melakukan komunikasi dengan KAHU dalam hal proses produksi halal.

3. Distribution

Adapun control action yang dilakukan pada saat distribusi adalah sebagai berikut:

- a) Pembersihan container, container pendingin, transportasi atau kendaraan pengangkut sebelum digunakan, standar kebersihannya mengikuti standar kebersihan dan higienis yang berlaku.
- b) Pengisian produk/bahan halal pada container, transportasi atau kendaraan pengangkut, tidak boleh tercampur antara produk/bahan halal dan haram pada container, transportasi atau kendaraan pengangkut dalam pengisian

Studia Economica : Jurnal Ekonomi Islam

Issn (Online) : 2809-4964, Issn (Print) : 2303-2618

journal homepage: <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/studiaeconomica>

c) Dokumentasi, Labeli dengan “HALAL SUPPLY CHAIN” pada pembawa muatan, pastikan “HALAL SUPPLY CHAIN” ditandai atau diberi kode pada dokumen pengangkutan. Labeli “REJECTED” pada pembawa muatan jika produk/bahan dimungkinkan munculnya kerusakan/bahaya, produk cacat, kerusakan besar, produk terkontaminasi dll.

4. Retail

Pemasaran dalam alQur’an meliputi 3 unsur, yaitu:

- a) Pemasaran beretika
- b) Pemasaran professional

Transparan dalam pemasaran

REFERENCE

- Ahmad, H. (1999). *Sejarah dan Gaya dalam Fashion*. Bogor: Institut Teknologi Bogor.
- al-Naisaburi, I. A. H. M. I. al-H. al-Q. (1991). *Sahih Muslim* (Juz 3). Beirut: Dar al-Kitab al-Ilmiah.
- Alawiyah, S., Handrianto, B., & Kania Rahman, I. (2020). *Adab Berpakaian Wanita Muslimah Sesuai Tuntunan Syariat Islam*. *Rayah Al-Islam*, 4(02), 218–228. <https://doi.org/10.37274/rais.v4i02.338>
- Anwar, S. N. (2011). *Manajemen Rantai Pasokan (Supply Chain Management) : Konsep Dan Hakikat*. *Jurnal Dinamika Informatika*, 3(2), 1–7. Diambil dari <http://www.unisbank.ac.id/ojs/index.php/fti2/article/view/1315/531>
- As-Sijjistani, A. D. S. bin A.-A. (n.d.). *Sunan Abi Dawud*. Riyad: Maktabah al-Ma’arif Lin ONatsri wa al-Tauzi’i.
- Barnard, M. (2016). *Fashion sebagai Komunikasi Cara Mengkomunikasikan Identitas Sosial, Seksual, Kelas dan Gender*. Yogyakarta: Jalasutra.
- bin Saurah, A. I. M. bin I. (2003). *Sunan Tirmidzi* (Jilid 4). Beirut: Daarul Fikr.
- bin Yazid, A. A. M. (2004). *Sunan Ibnu Majah* (Jilid 1). Beirut: Daarul Fikr.
- Departemen Agama Republik Indonesia. (2005). *Al-qur’an dan Terjemahnya*. Bandung: Syamil Cipta Media.
- Fariied, A. I. (2019). *Implementasi Model Pengembangan Industri Halal Fashion Di Indonesia*. *Jurnal kajian Ekonomi dan Kebijakan Publik*, 4(2), 9–19.
- Hasan, A. S., & Hamdi, B. (2022). *Perkembangan dan Tantangan Halal Fashion Indonesia dalam Menjadi Produsen Utama Industri Halal Global*. *Al-Azhar: Journal of Islamic Economics*, 4(2), 1–11. <https://doi.org/10.37146/ajie>
- Herman. (2022). *Fashion Muslim Wajib Punya Sertifikat Halal Maksimal 2026*. Diambil dari Beritasatu website: <https://www.beritasatu.com/ekonomi/930317/fashion-muslim-wajib->

Studia Economica : Jurnal Ekonomi Islam

Issn (Online) : 2809-4964, Issn (Print) : 2303-2618

journal homepage: <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/studiaeconomica>
[punya-sertifikat-halal-maksimal-2026](http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/studiaeconomica)

- Muflihini, M. D. (2018). *Konstruksi Indikator Halal dalam Perkembangan Industri Halal Fashion* (UIN Sunan Ampel). <https://doi.org/10.1088/1751-8113/44/8/085201>
- Qazwini (al), A. A. M. I. Y. (1823). *Sunan Ibnu Majah*. Riyad: Maktabah al-Ma'arif Lin Natsri wa al-Tauzi'i.
- Ramadhani, H., Nur, A., & Murniningsih, R. (2021). *Pengaruh gaya hidup halal dan self-identity terhadap halal fashion di Indonesia*. Business and Economics Conferences in Utilization of Modern Technology, 537–546. Diambil dari <http://journal.unimma.ac.id/index.php/conference/article/view/5945>
- Sabiq, S. (2013). *Fiqh Sunnah Jilid 5* (Terj Abu Syauqinah dan Abu Aulia Rahma, Ed.). Jakarta: PT. Tinta Abadi Gemilang.
- Shaid, N. J. (2022). *Bisnis Retail: Pengertian, Cara Kerja, Fungsi, Jenis, dan Contohnya*. Diambil dari Kompas.com website: <https://money.kompas.com/read/2022/03/14/232646226/bisnis-retail-pengertian-cara-kerja-fungsi-jenis-dan-contohnya?page=all>
- Soekanto, S. (2014). *Kamus Sosiologi*. Jakarta: Raja Grafindo.
- Sumarlia, E., Li, T., Wang, B., Fauziyah, F., & Indriya, I. (2022). *Blockchain-Empowered Halal Fashion Traceability System in Indonesia*. International Journal of Information Systems and Supply Chain Management, 15(2). <https://doi.org/10.4018/IJISSCM.287628>