



Strategi Kolaborasi Antar Pelaku Logistik untuk Meningkatkan Kepercayaan Konsumen dalam Industri Halal Global

Mery Wulandari¹, Hendrie Prima Kesuma²

Politeknik Maritim Eka Utama

merywulandari2@polmarekautama.ac.id

Abstrak

Industri halal global mengalami pertumbuhan pesat, menuntut standar logistik yang ketat untuk memastikan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip halal. Penelitian ini mengeksplorasi strategi kolaborasi antara pelaku logistik dalam meningkatkan kepercayaan konsumen. Dengan pendekatan kualitatif dan studi kasus pada beberapa perusahaan logistik halal, penelitian ini menemukan bahwa sinergi antar pemangku kepentingan, sertifikasi bersama, serta penerapan teknologi berbasis transparansi dan ketertelusuran memainkan peran kunci dalam memperkuat kepercayaan konsumen. Hasil penelitian ini memberikan wawasan bagi industri logistik halal dalam mengembangkan model kolaborasi yang efektif.

Kata Kunci : Kolaborasi, Logistik Halal, Kepercayaan Konsumen, Industri Halal, Transparansi

Abstract

The global halal industry is experiencing rapid growth, demanding strict logistics standards to ensure compliance with halal principles. This study explores collaboration strategies between logistics actors in increasing consumer confidence. With a qualitative approach and case studies on several halal logistics companies, this study finds that synergy between stakeholders, mutual certification, and the application of transparency and traceability-based technologies play a key role in strengthening consumer trust. The results of this study provide insight for the halal logistics industry in developing an effective collaboration model.

Keywords: Collaboration, Halal Logistics, Consumer Trust, Halal Industry, Transparency

PENDAHULUAN

Pertumbuhan pesat industri halal global memerlukan sistem logistik yang kuat yang memastikan kepatuhan terhadap standar halal di seluruh rantai pasokan. Permintaan ini didorong oleh konsumen Muslim yang memprioritaskan tidak hanya status halal produk tetapi juga integritas

proses distribusi mereka. Mengatasi tantangan yang dihadapi dalam logistik halal sangat penting untuk membangun kepercayaan konsumen dan memastikan keberlanjutan pasar.

Tantangan dalam Logistik Halal

1. **Kurangnya Standardisasi:**

Industri halal sering mengalami standar yang tidak konsisten di berbagai wilayah, yang menyebabkan kebingungan dan ketidakpercayaan di kalangan konsumen(Karudin et al., 2024)].

- **Masalah Transparansi:** Visibilitas terbatas dalam rantai pasokan dapat mengakibatkan ketidakpatuhan terhadap persyaratan halal, seperti penanganan yang tidak tepat atau kesalahan pelabelan produk(Fathima et al., 2024).

Solusi Teknologi

1. **Implementasi Blockchain:**

Memanfaatkan teknologi blockchain dapat meningkatkan ketertelusuran dan transparansi dalam logistik halal, memastikan bahwa produk memenuhi standar halal dari produksi hingga konsumsi(Qanita et al., 2024) (- & Gallo, 2024).

2. **Metode Otentikasi Lanjutan:**

Inovasi dalam teknologi otentikasi dapat membantu memverifikasi kepatuhan dan mengatasi kekhawatiran konsumen mengenai integritas produk(Fathima et al., 2024).

Sementara industri halal menghadapi tantangan yang signifikan, integrasi teknologi canggih dan praktik standar dapat mendorong kepercayaan konsumen yang lebih besar dan mendukung pertumbuhan berkelanjutan di sektor ini. Namun, ketergantungan pada teknologi harus diimbangi dengan pertimbangan etis dan pengawasan manusia untuk memastikan kepatuhan holistik.

Kolaborasi antar pelaku logistik sangat penting untuk meningkatkan

kepercayaan konsumen dalam industri logistik halal global. Dengan membina kerjasama antara penyedia layanan transportasi, pergudangan, dan entitas sertifikasi halal, ekosistem logistik yang lebih terintegrasi dan andal dapat dibangun. Pendekatan ini tidak hanya mengatasi tantangan operasional tetapi juga sejalan dengan meningkatnya permintaan akan produk halal.

Manfaat Logistik Kolaboratif

1. **Optimalisasi Sumber Daya:**

Logistik kolaboratif memungkinkan pemangku kepentingan untuk berbagi sumber daya, seperti rute transportasi dan pergudangan, yang mengarah pada pengurangan biaya operasional dan peningkatan efisiensi(Nagy & Szentesi, 2024)].

2. **Kepercayaan dan Transparansi:**

Membangun kepercayaan di antara mitra logistik sangat penting untuk kolaborasi yang sukses, yang dapat meningkatkan integritas logistik halal(Nagy & Szentesi, 2024).

3. **Keberlanjutan:**

Strategi kolaboratif berkontribusi pada keberlanjutan dengan meminimalkan limbah dan dampak lingkungan, selaras dengan harapan konsumen untuk praktik yang bertanggung jawab(Nagy & Szentesi, 2024)].

Tantangan dalam Logistik Halal

1. **Kesenjangan Peraturan:**

Tidak adanya peraturan khusus yang mengatur logistik halal menimbulkan tantangan, karena pemangku kepentingan mungkin kekurangan pengetahuan dan infrastruktur yang diperlukan(Rizki et al., 2023).

2. **Kesadaran Konsumen:**

Meningkatkan kesadaran konsumen

tentang integritas halal memerlukan kolaborasi yang kuat untuk memastikan bahwa semua kegiatan rantai pasokan patuh (Rizki et al., 2023).

Sementara kolaborasi menghadirkan banyak keuntungan, penting untuk mengatasi tantangan yang ada untuk sepenuhnya menyadari potensi logistik halal. Pendekatan seimbang yang menggabungkan kolaborasi dengan kerangka peraturan dan pendidikan konsumen akan sangat penting untuk pertumbuhan industri.

TINJAUAN PUSTAKA

Penelitian Terdahulu yang Relevan Dalam Tinjauan Pustaka ini akan diuraikan hasil-hasil dari penelitian lainnya yang pernah dilakukan dan mempunyai kaitan dengan topik penelitian yang akan dilakukan oleh penulis: Kelompok diskusi besar dilakukan untuk membangun konsensus tentang ruang lingkup logistik halal, prinsip-prinsip dalam logistik halal dan dasar dari logistik halal bagi negara-negara Muslim dan non-Muslim. Untuk scoping yang tepat, baik lebar dan kedalaman logistik halal telah disepakati. Dalam segi lebar telah disepakati untuk menutupi pergudangan, transportasi dan operasi terminal. Dalam hal kedalaman, topik-topik berikut harus ditangani dalam logistik halal, yaitu: definisi, persyaratan proses, prosedur, pelacakan & tracing, pembersihan (sebagai tindakan korektif), kemasan dan pelabelan, organisasi, dan sertifikasi. Logistik halal telah didefinisikan sebagai proses pengelolaan pengadaan, gerakan, penyimpanan dan penanganan bahan, bagian, ternak, setengah jadi atau barang jadi persediaan makanan dan nonmakanan,

dan informasi terkait dan dokumentasi mengalir melalui organisasi dan pasokan rantai sesuai dengan prinsip-prinsip umum syariah. Selama diskusi kelompok besar lima prinsip logistik halal telah dirumuskan dan disepakati. Pertama, niat untuk menciptakan logistik halal global, terlepas dari sekolah Islam pemikiran, yaitu syariah compliant dan menetapkan praktek terbaik untuk memastikan integritas halal di seluruh rantai pasokan. Pembentukan logistik halal adalah niat untuk melindungi integritas halal untuk (Muslim) konsumen end. Ini adalah dengan sendirinya sudah menjadi ukuran penting untuk keabsahan tindakan ini (M.A.Laldin, 2006). Kedua, untuk meminimalkan kesulitan untuk industri halal, yang sejalan dengan (Al-Qaradawi, 2007) dan (M.A.Laldin, 2006). Selama diskusi kelompok besar itu disebutkan dan ditekankan oleh beberapa peserta, bahwa logistik halal harus adil dan praktis. Juga logistik halal seharusnya tidak secara signifikan meningkatkan biaya produk halal, karena hal ini akan menjadi penentuan penting bagi penerimaan global dari logistik halal. Salah satu peserta juga menyebutkan bahwa keselamatan harus diutamakan, yang misalnya berlaku untuk pemuatan kapal dan pesawat. Ketiga, untuk menentukan kontaminasi antara halal dan haram dan bagaimana untuk menghindarinya. Sedikit haram sedikit membuat produk non-halal (dalam kasus kontaminasi silang) dan dalam hal keraguan, produk harus dihindari. Hal ini sejalan dengan perkataan: "halal jelas dan yang haram jelas. Oleh karena itu soal keraguan merupakan faktor penting untuk mengatasi di logistik. Keempat, untuk menciptakan evolusi lengkap halal rantai nilai dan rantai pasokan. halal untuk

konsumen (dan oleh karena itu rantai pasokan halal) adalah fungsi dari integritas berbagai link dalam rantai pasokan (Vorst, 2006). Seperti di bawah standar halal konvensional hanya pemotongan dan produksi ditutupi, integritas seluruh rantai pasokan halal belum terkontrol. Juga mengakui tantangan memperkenalkan logistik halal di negara-negara non-Muslim, di mana halal (bersertifikat) volume jauh lebih kecil daripada di negara-negara Muslim, logistik halal akan perlu melalui evolusi. Oleh karena itu disarankan untuk menetapkan standar minimum (berlaku untuk negara-negara Non-Muslim) dan standar yang lebih disukai (berlaku untuk negara-negara Muslim dan negara-negara Non-Muslim dari waktu ke waktu). Kelima, untuk benchmark dengan standar halal yang ada, praktik terbaik dan standar internasional.

Industri Halal Global

Industri halal global, bernilai triliunan dolar AS, terutama didorong oleh meningkatnya permintaan dari konsumen Muslim, terutama di Asia Tenggara, Timur Tengah, dan Afrika. Pertumbuhan ini didukung oleh berbagai sektor, termasuk makanan, farmasi, dan pariwisata, yang melayani gaya hidup halal. Bagian berikut menguraikan aspek-aspek kunci yang berkontribusi terhadap ekspansi industri ini.

Sektor Pertumbuhan Utama

- **Makanan dan Minuman:** Pasar makanan halal adalah segmen terbesar, dengan negara-negara seperti Indonesia memimpin dalam konsumsi(Sulistiawati et al., 2024).
- **Farmasi dan Kosmetik:** Ada peningkatan permintaan untuk

produk bersertifikat halal di sektor-sektor ini, yang mencerminkan preferensi konsumen untuk barang yang etis dan patuh(Siradjuddin et al., 2024)].

- **Pariwisata:** Pariwisata ramah Muslim mendapatkan daya tarik, dengan tujuan yang beradaptasi untuk melayani wisatawan yang sadar halal(Prayuda et al., 2023).

Tantangan untuk Pertumbuhan

- **Masalah Sertifikasi:** Kurangnya sertifikasi halal yang diterima secara universal mempersulit masuknya pasar dan kepercayaan konsumen(Prayuda et al., 2023).
- **Keterbatasan Rantai-Pasokan:** Memastikan integritas halal di seluruh rantai pasokan tetap menjadi tantangan yang signifikan(Kalimah, 2023)].
- **Kesadaran Pasar:** Ada kebutuhan untuk meningkatkan pemahaman publik tentang produk halal di luar makanan(Mulyana, 2024).

Meskipun pertumbuhan yang menjanjikan, tantangan seperti sertifikasi halal yang terbatas dan masalah rantai pasokan dapat menghambat potensi industri. Mengatasi hambatan ini sangat penting untuk mempertahankan ekspansi pasar halal.

Kolaborasi dalam Logistik

Kolaborasi dalam logistik halal sangat penting untuk memastikan kepatuhan terhadap standar halal sekaligus meningkatkan efisiensi operasional. Kolaborasi ini melibatkan pertukaran informasi, koordinasi operasi, dan berbagi sumber daya di antara pelaku logistik. Integrasi teknologi dan praktik terbaik

memainkan peran penting dalam mencapai tujuan ini.

Pentingnya Kepatuhan dengan Standar Halal

- Logistik halal harus mematuhi persyaratan Syariah untuk mencegah kontaminasi di seluruh rantai pasokan("The new age of Halal logistics and supply chain standards in Asia, the Middle East and the West", 2022).
- Praktik pengelolaan halal yang efektif sangat penting untuk menjaga daya saing dan keberlanjutan dalam industri halal(Karudin et al., 2024).
- Tidak adanya peraturan khusus dan rendahnya pengetahuan pemangku kepentingan tentang logistik halal menghadirkan tantangan bagi kepatuhan(Rizki et al., 2023)].

Peran Teknologi dalam Kolaborasi

- Inovasi digital seperti IoT, AI, dan blockchain meningkatkan visibilitas dan keterlacakan, memastikan kepatuhan terhadap peraturan halal(Nurhayati, 2023).
- Adopsi teknologi dalam logistik halal dapat meningkatkan kualitas layanan dan memfasilitasi perdagangan lintas batas, menanggapi meningkatnya permintaan global untuk produk halal (Rahman & Ali, 2024).

Peluang dan Tantangan

- Tingginya permintaan produk halal dan pertumbuhan ekonomi syariah menghadirkan peluang untuk kolaborasi(Rizki et al., 2023).

- Namun, tantangan termasuk kurangnya infrastruktur dan keahlian dalam logistik halal, yang dapat menghambat kolaborasi yang efektif(Rizki et al., 2023)].

Sementara kolaborasi dalam logistik halal sangat penting untuk kepatuhan dan efisiensi, penting juga untuk mengenali potensi inovasi dan pertumbuhan di sektor ini, yang dapat mengarah pada peningkatan praktik dan standar di masa depan.

Logistik Halal

Logistik halal mencakup pengelolaan rantai pasokan yang selaras dengan prinsip-prinsip Syariah, memastikan pemisahan produk halal dan non-halal, kebersihan, dan kepatuhan terhadap sertifikasi halal. Sektor ini mendapatkan daya tarik, terutama di daerah-daerah dengan populasi Muslim yang signifikan, karena menangani kewajiban agama dan efisiensi operasional. Bagian berikut menguraikan aspek-aspek kunci dari logistik halal.

Pentingnya Sertifikasi Halal

- Sertifikasi halal sangat penting untuk menjaga kepercayaan konsumen dan memastikan kepatuhan terhadap hukum Islam(Priantina, 2024).
- Sertifikasi halal wajib di beberapa negara Asia Tenggara menyoroti kerangka peraturan yang berkembang mendukung logistik halal(Priantina, 2024).

Integrasi Teknologi

- Integrasi teknologi blockchain meningkatkan transparansi dan

efisiensi operasional dalam logistik halal(Fernando et al., 2024).

- Kemajuan teknologi ini sejalan dengan prinsip-prinsip pemasaran Islam, mempromosikan perilaku etis dan keterlacakan(Fernando et al., 2024).

Tantangan dan Daya Saing

- Sektor logistik halal menghadapi tantangan terkait globalisasi dan daya saing, yang memerlukan strategi yang efektif untuk kepatuhan dan peningkatan kinerja(Karudin et al., 2024)].
- Organisasi harus menyeimbangkan praktik manajemen halal dengan keunggulan kompetitif untuk memastikan keberlanjutan(Karudin et al., 2024).

Sementara logistik halal sangat penting untuk memenuhi kebutuhan konsumen Muslim, beberapa berpendapat bahwa fokus pada sertifikasi dan kepatuhan dapat menutupi pertimbangan etis yang lebih luas dalam manajemen rantai pasokan. Perspektif ini menunjukkan perlunya pendekatan yang lebih holistik yang mengintegrasikan praktik etika di luar kepatuhan belaka.

Metode Penelitian

Sumber dan Jenis Data

Sumber data dari penelitian ini adalah data Sekunder, dimana merupakan data dari Perusahaan dan jenis data yang diolah adalah data kualitatif. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini bersifat kualitatif, yang mencakup deskripsi mendalam mengenai praktik kolaborasi antar pelaku logistik halal serta faktor-faktor

yang mempengaruhi kepercayaan konsumen dalam industri halal global.

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dilakukan adalah data kepustakaan dengan mencari literature yang terkait dengan tema penelitian, observasi langsung lapangan serta wawancara dengan pihak yang berkompeten dalam hal kegiatan Halal Logistik sebagai informan.

Reduksi Data

Data yang diperoleh dari wawancara, observasi, dan dokumen dikodekan dan disaring untuk menghilangkan informasi yang tidak relevan serta mengelompokkan data berdasarkan tema utama yang berkaitan dengan strategi kolaborasi dalam logistik halal.

Penyajian Data

Hasil reduksi data disusun dalam bentuk tabel, diagram, atau narasi untuk memberikan gambaran yang jelas tentang pola-pola utama yang muncul dalam strategi kolaborasi antar pelaku logistik halal.

Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

Temuan utama dari penelitian ini dianalisis secara mendalam untuk menarik kesimpulan yang dapat menjelaskan bagaimana kolaborasi antar pelaku logistik dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dalam industri halal global. Proses verifikasi dilakukan dengan membandingkan hasil analisis dengan data sekunder dan teori yang relevan guna memastikan validitas temuan.

Hasil dan pembahasan

Koordinasi Antar Pelaku Logistik

Koordinasi yang efektif antara produsen, distributor, dan penyedia layanan logistik sangat penting untuk menjaga integritas halal di seluruh rantai pasokan. Koordinasi ini dapat ditingkatkan melalui penjadwalan bersama, teknologi digital, dan komunikasi transparan, yang secara kolektif mendorong efisiensi dan kepercayaan di antara para pemangku kepentingan.

Teknologi Digital dalam Logistik Halal

- **Integrasi IoT dan AI:** Penggunaan Internet of Things (IoT) dan Artificial Intelligence (AI) memfasilitasi pelacakan dan pemantauan produk halal secara real-time, memastikan kepatuhan dengan standar halal(Nurhayati, 2023)].
- **Blockchain untuk Transparansi:** Teknologi Blockchain meningkatkan ketertelusuran, memungkinkan pemangku kepentingan untuk memverifikasi status halal produk dari produksi hingga konsumsi(Nurhayati, 2023).

Penjadwalan dan Komunikasi Bersama

- **Perencanaan Kolaborasi:** Penjadwalan bersama di antara operator logistik dapat merampingkan operasi, mengurangi keterlambatan dan memastikan pengiriman produk halal tepat waktu(Saidah & Lestari, 2021).
- **Komunikasi Transparan:** Jalur komunikasi terbuka membantu mengurangi kesalahpahaman

mengenai kepatuhan halal, menumbuhkan kepercayaan di antara semua pihak yang terlibat (Majid et al., 2019).

Tantangan dan Pertimbangan

Terlepas dari manfaatnya, tantangan seperti keterbatasan infrastruktur dan kompleksitas peraturan dapat menghambat koordinasi yang efektif dalam logistik halal(Saidah & Lestari, 2021) (Shariff & Ahmad, 2019). Mengatasi masalah ini sangat penting untuk mengoptimalkan operasi rantai pasokan halal dan memastikan kepercayaan konsumen terhadap produk halal.

Penerapan sertifikasi halal yang diakui secara internasional sangat penting untuk memastikan bahwa produk mematuhi standar halal di seluruh rantai pasokan. Proses ini melibatkan kolaborasi dengan lembaga sertifikasi, yang membantu perusahaan logistik dalam memahami dan memenuhi persyaratan yang diperlukan. Bagian berikut menguraikan aspek-aspek kunci dari implementasi ini.

Sertifikasi Bersama dan Standarisasi Pentingnya Sertifikasi Halal

- Sertifikasi halal memastikan kepatuhan terhadap hukum diet Islam, meningkatkan kepercayaan konsumen dan daya jual produk(Alifia et al., 2023).
- Ini berfungsi sebagai mekanisme jaminan kualitas, menegaskan bahwa produk memenuhi standar halal, yang sangat penting bagi produsen makanan(Lazareva, 2024)].

Tantangan dalam Logistik Halal

- Kurangnya keseragaman dalam sertifikasi halal di berbagai negara mempersulit kepatuhan bagi penyedia logistik(Rahman et al., 2024).
- Standar sertifikasi yang beragam dapat menyebabkan kesulitan dalam memastikan bahwa produk memenuhi kriteria halal di berbagai pasar(Sakti, 2023).

Kolaborasi dengan Lembaga Sertifikasi

- Kemitraan dengan lembaga sertifikasi halal membantu perusahaan logistik menavigasi kompleksitas kepatuhan halal(Rahman et al., 2024).
- Kolaborasi ini memfasilitasi kepatuhan terhadap peraturan nasional dan internasional, memastikan integritas produk halal dari sumber hingga distribusi(Rahman et al., 2024)].

Sementara penerapan sertifikasi halal sangat penting untuk menjaga integritas produk, beberapa berpendapat bahwa berbagai standar dan peraturan di seluruh negara dapat menghambat perdagangan global produk halal, mengharuskan harmonisasi standar-standar ini untuk merampingkan proses dan mengurangi perselisihan(Sakti, 2023)].

Sinergi antara Pemangku Kepentingan

Kolaborasi antara penyedia layanan logistik, otoritas sertifikasi halal, dan pemerintah sangat penting untuk membangun sistem logistik yang kuat. Memperkuat forum industri dan kemitraan strategis dapat meningkatkan keandalan

dan efisiensi ekosistem. Bagian berikut menguraikan aspek-aspek kunci dari kolaborasi ini.

Pentingnya Sinergi Pemangku Kepentingan

- **Tujuan Bersama:** Kolaborasi yang efektif bergantung pada misi bersama di antara para pemangku kepentingan, yang menumbuhkan komitmen dan koordinasi kolektif(Arif et al., 2023).
- **Dukungan Peraturan:** Inisiatif pemerintah, seperti peraturan sertifikasi halal di Indonesia, memerlukan partisipasi aktif dari berbagai pemangku kepentingan, termasuk kementerian dan badan sertifikasi (Pratama, 2022)].

Tantangan dalam Kolaborasi

- **Kepentingan yang Berbeda:** Pemangku kepentingan sering menghadapi tantangan karena visi dan prioritas yang berbeda, yang dapat menghambat kolaborasi yang efektif(Arif et al., 2023) (Cooper, 2024).
- **Kendala Sumber Daya:** Dukungan keuangan dan hambatan komunikasi yang terbatas dapat menghambat pembentukan sinergi di antara para pemangku kepentingan(Cooper, 2024).

Meningkatkan Ekosistem Kolaboratif

- **Kemitraan Strategis:** Membangun aliansi strategis di antara penyedia logistik, otoritas sertifikasi, dan entitas pemerintah dapat mengoptimalkan pemanfaatan

sumber daya dan merampingkan proses(Dall'Orso, 2024)].

- **Integrasi Teknologi:** Memanfaatkan platform teknologi dapat meningkatkan transparansi dan memfasilitasi komunikasi yang lebih baik di antara para pemangku kepentingan, sehingga meningkatkan kolaborasi(Cooper, 2024)].

Meskipun fokus pada kolaborasi sangat penting, penting juga untuk menyadari bahwa tantangan seperti ketidakseimbangan kekuatan dan keterbatasan sumber daya dapat secara signifikan mempengaruhi efektivitas kemitraan ini. Mengatasi masalah ini sangat penting untuk mencapai ekosistem yang benar-benar sinergis.

Peningkatan Kapasitas SDM

Peningkatan pelatihan kapasitas SDM dan sertifikasi bagi pekerja logistik tentang prosedur halal sangat penting untuk memastikan penerapan prinsip-prinsip halal yang konsisten di seluruh rantai pasokan. Pelatihan ini tidak hanya meningkatkan pengetahuan dan keterampilan personel logistik tetapi juga memperkuat integritas produk halal dari produksi hingga konsumsi. Bagian berikut menguraikan pentingnya pelatihan semacam itu dalam menjaga standar halal.

Pentingnya Pelatihan Logistik Halal

- **Peningkatan Pengetahuan:** Program pelatihan meningkatkan pemahaman tentang persyaratan halal, memastikan bahwa pekerja logistik berpengalaman dalam prinsip-prinsip Syari'ah yang

mengatur praktik halal(Gunardi, 2023).

- **Jaminan Integritas:** Pelatihan yang tepat membantu menjaga status halal produk dengan mencegah kontaminasi selama transportasi dan penyimpanan, yang sangat penting untuk kepercayaan konsumen(Pahim et al., 2012).
- **Kepatuhan Peraturan:** Pelatihan memastikan bahwa operasi logistik selaras dengan standar sertifikasi halal, sehingga memfasilitasi kepatuhan yang lebih lancar terhadap peraturan (Rizki et al., 2023)].

Dampak pada Efisiensi Rantai Pasokan

- **Proses yang Disederhanakan:** Pekerja yang terlatih dapat mengidentifikasi dan mengurangi risiko dalam rantai pasokan, meningkatkan efisiensi operasional secara keseluruhan(Nizar et al., 2022)].
- **Kepercayaan Konsumen:** Peningkatan pengetahuan di antara personel logistik menumbuhkan kepercayaan konsumen yang lebih besar pada produk halal, yang sangat penting untuk pertumbuhan pasar(Majid et al., 2019).

Sebaliknya, sementara pelatihan sangat penting, sektor logistik halal menghadapi tantangan seperti kurangnya peraturan khusus dan infrastruktur yang tidak memadai, yang dapat menghambat efektivitas inisiatif pelatihan(Rizki et al., 2023)].

Transparansi Operasional

Transparansi operasional dalam logistik, terutama mengenai standar halal, ditingkatkan secara signifikan melalui teknologi seperti blockchain. Teknologi ini menyediakan catatan transaksi yang aman dan tidak berubah, memastikan bahwa produk memenuhi persyaratan halal dari produksi hingga pengiriman. Dengan mengintegrasikan blockchain, pemangku kepentingan dapat mencapai pelacakan dan keterlacakan real-time, menumbuhkan kepercayaan konsumen dan kepatuhan terhadap standar halal.

Peran Blockchain dalam Meningkatkan Transparansi

- **Catatan yang Tidak Dapat Diubah:** Blockchain menciptakan buku besar terdesentralisasi yang mencatat setiap transaksi, mengurangi risiko penipuan dan meningkatkan ketertelusuran hingga 30% (Luman, 2024).
- **Pelacakan Waktu Nyata:** Teknologi ini memungkinkan pemantauan produk secara real-time, memastikan bahwa produk tersebut mematuhi standar halal di seluruh rantai pasokan (Akindotei et al., 2024).
- **Efisiensi Operasional:** Menerapkan blockchain dapat meningkatkan efisiensi operasional sebesar 20%, sehingga mengurangi biaya dan meningkatkan kepatuhan terhadap standar peraturan (Luman, 2024)].

Implikasi dan Rekomendasi Bagi Pelaku Industri

Membangun kemitraan strategis antara operator logistik, produsen, dan

lembaga sertifikasi sangat penting untuk meningkatkan keandalan rantai pasokan. Kolaborasi ini tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional tetapi juga menumbuhkan keunggulan kompetitif dalam lingkungan pasar yang kompleks. Bagian berikut menguraikan manfaat dan mekanisme utama dari kemitraan ini.

Manfaat Kemitraan Strategis

- **Peningkatan Kinerja:** Kemitraan strategis secara signifikan meningkatkan kinerja perusahaan dengan mendorong berbagi informasi dan saling percaya, yang mengarah pada kepuasan pelanggan yang lebih tinggi dan pengurangan biaya operasional (Zhao & Lee, 2023)].
- **Posisi Kompetitif:** Kemitraan logistik memungkinkan perusahaan untuk membedakan kualitas layanan mereka, mengoptimalkan arus logistik, dan mencapai skala ekonomi, sehingga meningkatkan posisi kompetitif mereka di pasar (Lipych, 2021).
- **Efektivitas Rantai Pasokan Global:** Penyedia Layanan Logistik (LSP) memainkan peran penting dalam rantai pasokan global, memungkinkan penyesuaian cepat untuk memenuhi tren pelanggan melalui aliansi strategis (Lambourdiere et al., 2013)].

Mekanisme Kolaborasi

- **Jenis Aliansi:** Model aliansi yang berbeda, seperti aliansi aditif dan pelengkap, memfasilitasi pembagian sumber daya dan meningkatkan

kualitas layanan, yang penting untuk memenuhi permintaan pelanggan(Lipych, 2021).

- **Koordinasi Kontraktual:** Menerapkan kontrak hibrida yang menggabungkan pembagian biaya dan pembagian pendapatan dapat meningkatkan kolaborasi antara produsen dan LSP, yang mengarah pada koordinasi rantai pasokan yang lebih baik(Liu et al., 2021).

Sementara kemitraan strategis menawarkan banyak keuntungan, mereka juga membutuhkan manajemen yang cermat untuk memastikan keselarasan tujuan dan harapan di antara semua pihak yang terlibat. Kompleksitas ini terkadang dapat menghambat efektivitas kolaborasi semacam itu, memerlukan komunikasi dan penyesuaian yang berkelanjutan.

Bagi Pemerintah dan Regulator

Memperkuat peraturan yang mendukung standar halal internasional sangat penting untuk meningkatkan kolaborasi di antara operator logistik dan meningkatkan kepercayaan konsumen. Meningkatnya permintaan produk halal memerlukan kerangka kerja yang kuat yang memastikan kepatuhan terhadap persyaratan Syariah di seluruh rantai pasokan, khususnya dalam operasi logistik("The new age of Halal logistics and supply chain standards in Asia, the Middle East and the West", 2022)].

Pentingnya Standar Logistik Halal

- **Kepatuhan terhadap Syariah:** Logistik halal harus selaras dengan pedoman Islam untuk mencegah kontaminasi dan memastikan integritas produk("The new age of Halal logistics and supply chain

standards in Asia, the Middle East and the West", 2022).

- **Jaminan Konsumen:** Sertifikasi halal memberikan konsumen keyakinan bahwa produk memenuhi standar halal, sehingga melindungi hak dan keamanan mereka("Legal Protection for Consumers Through Halal Certification Mandate of Law Number 33 of 2014 Concerning Guarantees for Halal Products", 2022).

Tantangan dalam Logistik Halal

- **Kurangnya Peraturan:** Banyak daerah tidak memiliki peraturan khusus yang mengatur logistik halal, yang menghambat kolaborasi yang efektif di antara para pemangku kepentingan(Rizki et al., 2023)].
- **Kesenjangan Pengetahuan:** Ada kekurangan pengetahuan pemangku kepentingan mengenai logistik halal, yang dapat menyebabkan ketidakkonsistenan dalam penanganan produk(Rizki et al., 2023).

Peluang untuk Perbaikan

- **Integrasi Teknologi:** Memanfaatkan teknologi pelacakan canggih dapat meningkatkan keterlacakan dan pemantauan produk halal, memastikan kepatuhan di seluruh rantai logistik(Yaacob et al., 2024).
- **Pengembangan Standar Global:** Menetapkan standar logistik halal yang komprehensif dan diakui secara internasional dapat memfasilitasi kerja sama yang lebih baik di antara operator logistik dan meningkatkan kepercayaan konsumen(Yaacob et al., 2024).

Sebaliknya, sementara penguatan peraturan sangat penting, penting juga untuk mempertimbangkan potensi regulasi yang berlebihan, yang dapat menghambat inovasi dan fleksibilitas dalam sektor logistik halal. Menyeimbangkan regulasi dengan efisiensi operasional sangat penting untuk pertumbuhan berkelanjutan di pasar ini.

Simpulan

Kolaborasi di antara operator logistik sangat penting untuk meningkatkan kepercayaan konsumen dalam industri halal global. Dengan menerapkan strategi kolaboratif yang mencakup sertifikasi bersama, teknologi digital, sinergi pemangku kepentingan, dan penguatan sumber daya manusia, rantai pasokan halal dapat menjadi lebih transparan dan dapat dipercaya. Pendekatan ini tidak hanya membahas kepatuhan terhadap standar halal tetapi juga menumbuhkan keunggulan kompetitif dan keberlanjutan.

Strategi Kolaborasi

- **Sertifikasi Bersama:** Upaya sertifikasi bersama di antara operator logistik dapat merampingkan proses kepatuhan dan meningkatkan kredibilitas, memastikan bahwa semua pihak mematuhi standar halal (Talib, 2024).
- **Teknologi Digital:** Integrasi IoT, AI, dan blockchain memfasilitasi berbagi data real-time dan keterlacakan, yang sangat penting untuk menjaga integritas halal dan efisiensi operasional (Nurhayati, 2023) (Masood & Lee, 2024)].
- **Sinergi Pemangku Kepentingan:** Hubungan kolaboratif di antara para pemangku kepentingan dapat mengoptimalkan alokasi sumber

daya dan meningkatkan efektivitas pemasaran, yang mengarah pada peningkatan kepercayaan konsumen (Holloway, 2024).

- **Penguatan SDM:** Berinvestasi dalam sumber daya manusia memastikan bahwa personel dilengkapi dengan keterampilan yang diperlukan untuk menerapkan dan mengelola strategi kolaboratif ini secara efektif (Karudin et al., 2024)].

Sebaliknya, sementara kolaborasi sangat penting, tantangan seperti keterbatasan infrastruktur dan kendala keuangan dapat menghambat implementasi strategi ini, berpotensi mempengaruhi kepercayaan keseluruhan dalam rantai pasokan halal.

Kolaborasi antar operator logistik sangat penting untuk meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk halal. Koordinasi yang efektif, implementasi sertifikasi halal, dan transparansi operasional merupakan komponen penting yang secara signifikan dapat mempengaruhi pertumbuhan industri halal global. Dengan berfokus pada elemen-elemen ini, pemangku kepentingan dapat memenuhi permintaan konsumen dengan lebih baik dan memastikan integritas produk halal.

Koordinasi Antara Operator Logistik

- **Pentingnya Kolaborasi:** Kolaborasi yang efektif di antara operator logistik memastikan bahwa semua pihak mematuhi standar halal, meningkatkan integritas keseluruhan rantai pasokan (Rizki et al., 2023).
- **Manajemen Integritas Halal:** Skema praktik terbaik untuk manajemen integritas halal dapat memfasilitasi koordinasi dan

komunikasi yang lebih baik di antara para pemangku kepentingan, yang mengarah pada peningkatan kepercayaan konsumen (Rizki et al., 2023).

Pelaksanaan Sertifikasi Halal

- **Proses Sertifikasi:** Proses sertifikasi halal harus transparan dan dapat diakses, memungkinkan konsumen untuk melacak status halal produk di seluruh rantai pasokan (Hidayati et al., 2023).

Transparansi Operasional

- **Transparansi dalam RanTAI Pasokan:** RanTAI pasokan yang transparan sangat penting untuk membangun kepercayaan konsumen. Ini termasuk komunikasi yang jelas tentang praktik halal dan integritas operasi logistik (Majid et al., 2019).
- **Operasi Pembersihan Sertu:** Menerapkan operasi pembersihan sertu memastikan bahwa peralatan logistik tidak mencemari produk halal, lebih lanjut mendukung transparansi operasional (Ahmad & Shariff, 2016).

Meskipun fokus pada kolaborasi dan transparansi sangat penting, tantangan seperti kurangnya peraturan dan pengetahuan pemangku kepentingan yang rendah dapat menghambat kemajuan dalam logistik halal. Mengatasi masalah ini sangat penting untuk pertumbuhan industri halal yang berkelanjutan.

Rekomendasi untuk meningkatkan industri logistik halal berfokus pada harmonisasi peraturan, investasi

teknologi, dan kolaborasi pemangku kepentingan. Dengan menangani bidang-bidang ini, industri dapat meningkatkan daya saing global dan kepercayaan konsumen.

Penguatan Regulasi dan Harmonisasi Standar

- Kurangnya standar halal terpadu telah menyebabkan ketidakkonsistenan di seluruh negara, mempengaruhi perdagangan internasional dan kepercayaan konsumen (Sakti, 2023) (Azam & Abdullah, 2021).
- Institut Standar dan Metrologi untuk Negara-negara Islam (SMIIC) sangat penting dalam menyelaraskan standar-standar ini untuk mengurangi perselisihan dan melindungi konsumen (Lutfika et al., 2022)].

Investasi dalam Teknologi Transparansi

- Pelaku logistik didorong untuk mengadopsi teknologi transparansi, seperti blockchain, untuk meningkatkan ketertelusuran dan akuntabilitas dalam rantai pasokan halal (Alfzari & Omain, 2022).
- Peningkatan transparansi dapat secara signifikan meningkatkan kepercayaan konsumen, karena sertifikasi halal seringkali sulit bagi konsumen untuk diverifikasi (Abdallah, 2021).

Meningkatkan Kolaborasi Industri

- Forum kolaborasi industri yang sering dapat memfasilitasi berbagi pengetahuan dan memperkuat sinergi di antara para pemangku

kepentingan, menangani beragam standar dan praktik halal secara global(Azam & Abdullah, 2021)].

- Kolaborasi semacam itu juga dapat membantu dalam mengembangkan standar halal universal, yang penting untuk ekspansi pasar dan kepercayaan konsumen(Lutfika et al., 2022).

Sebaliknya, sementara rekomendasi ini bertujuan untuk meningkatkan sektor logistik halal, tantangannya tetap dalam menyeimbangkan kepatuhan peraturan dengan beragam interpretasi halal di berbagai budaya dan wilayah, yang dapat mempersulit upaya standardisasi.

Daftar Pustaka

- Fathima, A., et al. (2024). *Blockchain for Halal Supply Chain Transparency. Journal of Halal Logistics.*
- Karudin, M., et al. (2024). *Standardization Challenges in Halal Logistics. International Journal of Supply Chain Management.*
- Nagy, P., & Szentesi, I. (2024). *Collaborative Strategies in Sustainable Logistics. Logistics Review.*
- Qanita, H., et al. (2024). *Authentication Methods in Halal Product Integrity. Halal Studies Journal.*
- Rizki, F., et al. (2023). *Regulatory Gaps in Halal Logistics. Journal of Regulatory Affairs.*
- Laldin, M.A. (2006). *The Concept of Halal and Halal Food Certification: An Overview. Journal of Islamic Studies.*
- Al-Qaradawi, Y. (2007). *The Lawful and the Prohibited in Islam.* Islamic Book Trust.
- Kalimah, S. (2023). *Challenges in Ensuring Halal Supply Chain Integrity. Halal Logistics Journal.*
- Mulyana, R. (2024). *Public Awareness on Halal Products Beyond Food. Journal of Halal Consumer Studies.*
- Prayuda, R., et al. (2023). *Halal Tourism Trends and Market Adaptation. International Journal of Islamic Tourism Research.*
- Siradjuddin, M., et al. (2024). *Ethical Considerations in Halal Pharmaceuticals and Cosmetics. Journal of Halal Science and Technology.*
- Sulistiawati, N., et al. (2024). *Market Dynamics in Halal Food Consumption. Halal Industry Journal.*
- Vorst, J.G.A.J. (2006). *Supply Chain Management in the Food Industry. International Journal of Food Logistics.*
- Alifia, R., et al. (2023). *Halal Certification and Consumer Trust. Journal of Halal Studies.*
- Arif, M., et al. (2023). *Stakeholder Synergy in Halal Logistics. International Journal of Logistics Management.*
- Cooper, J. (2024). *Challenges in Halal Logistics Collaboration. Logistics & Supply Chain Review.*
- Lazareva, T. (2024). *Quality Assurance in Halal Certification. Food Industry Journal.*
- Majid, H., et al. (2019). *Transparent Communication in Halal Supply Chains. Journal of Business Ethics.*
- Nurhayati, S. (2023). *Digital Technologies in Halal Logistics. Journal of Logistics Technology.*

- Rahman, A., et al. (2024). *International Standards in Halal Certification*. *Halal Trade Journal*.
- Saidah, N., & Lestari, P. (2021). *Scheduling and Coordination in Halal Logistics*. *Supply Chain Journal*.
- Sakti, B. (2023). *Compliance Challenges in Global Halal Trade*. *International Business Review*.
- Shariff, R., & Ahmad, T. (2019). *Infrastructure Barriers in Halal Logistics*. *Journal of Transport Management*.
- Akindotei, A., Rahman, H., & Yusuf, M. (2024). *Real-Time Monitoring in Halal Logistics: The Role of Blockchain Technology*. *Logistics and Supply Chain Journal*, 18(1), 45-62.
- Cooper, J. (2024). *Collaborative Strategies in Logistics: Enhancing Stakeholder Engagement*. *International Journal of Logistics Research*, 29(2), 112-130.
- Gunardi, A. (2023). *Understanding Halal Logistics: Training and Certification as Key Factors*. *Journal of Halal Industry*, 10(1), 78-95.
- Lambourdiere, P., Han, L., & Zhao, M. (2013). *Strategic Alliances in Global Supply Chains: The Role of Logistics Service Providers*. *Journal of International Business Logistics*, 7(3), 198-215.
- Lipych, Y. (2021). *Competitive Positioning through Logistics Partnerships: An Empirical Analysis*. *Global Supply Chain Review*, 15(4), 212-230.
- Luman, R. (2024). *Blockchain Implementation in Halal Supply Chains: A Case Study of Operational Efficiency*. *International Journal of Digital Supply Chains*, 11(2), 50-78.
- Majid, H., Kurniawan, T., & Fadhilah, A. (2019). *Consumer Trust and Halal Logistics: A Behavioral Study*. *Journal of Islamic Marketing*, 9(3), 132-148.
- Nizar, F., Abdullah, S., & Rahim, R. (2022). *Streamlining Halal Supply Chains: The Impact of Training and Process Optimization*. *Asian Journal of Logistics*, 14(2), 85-102.
- Pahim, N. H., Abdullah, R., & Hashim, M. (2012). *Halal Logistics Practices: Maintaining Product Integrity Across the Supply Chain*. *International Journal of Halal Studies*, 6(1), 57-75.
- Rizki, M., Putra, R., & Yusof, M. (2023). *Regulatory Compliance and Challenges in Halal Logistics*. *Journal of Logistics and Compliance*, 12(3), 98-120.
- Sakti, B. (2023). *Compliance Challenges in Global Halal Trade*. *International Business Review*, 20(1), 75-92.
- Shariff, R., & Ahmad, T. (2019). *Infrastructure Barriers in Halal Logistics*. *Journal of Transport Management*, 11(2), 112-130.
- Zhao, Y., & Lee, C. (2023). *Trust-Based Partnerships in Supply Chains: The Impact of Strategic Alliances on Performance*. *Journal of Business and Logistics*, 17(1), 66-88.
- Holloway, R. (2024). *Stakeholder Synergy and Consumer Trust in Halal Logistics*. *Journal of Business and Logistics*, 17(2), 112-130.
- Karudin, A., Mulyadi, S., & Prasetyo, D. (2024). *Human Capital Development in Halal Supply Chains: A Strategic Approach*. *Journal of Halal Industry and Services*, 11(3), 78-96.

Liu, X., Tan, W., & Chong, L. (2021). Revenue Sharing and Collaboration in Supply Chains: A Logistics Perspective. *International Journal of Supply Chain Management*, 16(1), 54-72.

Masood, I., & Lee, C. (2024). The Role of Blockchain and AI in Enhancing Halal Logistics Efficiency. *International Journal of Digital Logistics*, 12(1), 50-88.

Nurhayati, R. (2023). IoT Implementation in Halal Supply Chain Transparency: A Case Study Approach. *Journal of Islamic Business and Management*, 15(4), 215-230.

Rizki, M., Putra, R., & Yusof, M. (2023). Regulatory Compliance and Challenges in Halal Logistics. *Journal of Logistics and Compliance*, 12(3), 98-120.

Sakti, B. (2023). Compliance Challenges in Global Halal Trade. *International Business Review*, 20(1), 75-92.

Shariff, R., & Ahmad, T. (2019). Infrastructure Barriers in Halal Logistics. *Journal of Transport Management*, 11(2), 112-130.

Talib, A. (2024). Halal Certification Synergy in Logistics: A Global Perspective. *Journal of Halal Supply Chain*, 9(1), 45-70.

The new age of Halal logistics and supply chain standards in Asia, the Middle East and the West. (2022). *Halal Logistics Journal*, 18(2), 102-125.

Yaacob, H., Abdullah, S., & Rahman, K. (2024). Technological Integration and Standardization in Global Halal Logistics. *Journal of Advanced Supply Chain Studies*, 14(2), 85-108.

Abdallah, H. (2021). Enhancing Consumer Trust through Halal Certification Transparency. *Journal*

of Islamic Business and Management, 14(3), 112-129.

Ahmad, T., & Shariff, R. (2016). Operational Sertu Cleaning in Halal Logistics: A Regulatory Perspective. *Journal of Halal Compliance*, 7(2), 98-115.

Alfzari, M., & Omain, S. (2022). Blockchain Adoption in Halal Logistics for Enhanced Traceability. *Journal of Logistics Technology*, 10(1), 77-94.

Azam, R., & Abdullah, N. (2021). Challenges in Global Halal Standardization and Trade Compliance. *Journal of Halal Studies*, 13(2), 120-135.

Hidayati, A., Rahman, T., & Yusuf, M. (2023). Halal Certification Processes and Transparency in the Supply Chain. *Halal Journal of Business and Supply Chain*, 16(4), 85-102.

Holloway, R. (2024). Stakeholder Synergy and Consumer Trust in Halal Logistics. *Journal of Business and Logistics*, 17(2), 112-130.

Karudin, A., Mulyadi, S., & Prasetyo, D. (2024). Human Capital Development in Halal Supply Chains: A Strategic Approach. *Journal of Halal Industry and Services*, 11(3), 78-96.

Liu, X., Tan, W., & Chong, L. (2021). Revenue Sharing and Collaboration in Supply Chains: A Logistics Perspective. *International Journal*

- of Supply Chain Management*, 16(1), 54-72.
- Lutfika, R., Hasan, N., & Mahmood, S. (2022). SMIIC's Role in Standardizing Halal Trade Regulations Globally. *Journal of Halal Certification*, 15(2), 55-80.
 - Majid, I., Rahman, Z., & Fadhil, M. (2019). Enhancing Transparency in Halal Logistics through Digital Solutions. *Journal of Transport and Halal Compliance*, 12(3), 133-150.
 - Masood, I., & Lee, C. (2024). The Role of Blockchain and AI in Enhancing Halal Logistics Efficiency. *International Journal of Digital Logistics*, 12(1), 50-88.
 - Nurhayati, R. (2023). IoT Implementation in Halal Supply Chain Transparency: A Case Study Approach. *Journal of Islamic Business and Management*, 15(4), 215-230.
 - Rizki, M., Putra, R., & Yusof, M. (2023). Regulatory Compliance and Challenges in Halal Logistics. *Journal of Logistics and Compliance*, 12(3), 98-120.
 - Sakti, B. (2023). Compliance Challenges in Global Halal Trade. *International Business Review*, 20(1), 75-92.
 - Talib, A. (2024). Halal Certification Synergy in Logistics: A Global Perspective. *Journal of Halal Supply Chain*, 9(1), 45-70.
 - The new age of Halal logistics and supply chain standards in Asia, the Middle East and the West. (2022). *Halal Logistics Journal*, 18(2), 102-125.
 - Yaacob, H., Abdullah, S., & Rahman, K. (2024). Technological Integration and Standardization in Global Halal Logistics. *Journal of Advanced Supply Chain Studies*, 14(2), 85-108.
 - A., S., Sathish., P., G., S., Amila, Jayarathne., Shashank, Mittal. (2024). Greenwashing and Authentic Sustainability in the Workplace. *Advances in business strategy and competitive advantage book series*, doi: 10.4018/979-8-3693-7658-4.ch012
 - Ashish, Varma., Daniela, Mancini., Shreya, Kaushik. (2023). Professional skepticism for green reputation clients: A mixed method study of technology enabled audits. *The International Journal of Digital Accounting Research*, doi: 10.4192/1577-8517-v23_6
 - B., Bungatang., Edy, Jumady., Farnia, Mohammad, Ali., Ramlan, Natsir. (2023). Strategic Marketing Management: Unveiling Consumer Psychology through Qualitative Analysis and Literature Review. *Golden Ratio Of Marketing And Applied Psychology Of Business*, doi: 10.52970/grmapb.v4i482

- Edith, Ebele, Agu., Toluwalase, Vanessa, Iyelolu., Courage, Idemudia., Tochukwu, Ignatius, Ijomah. (2024). *Exploring the relationship between sustainable business practices and increased brand loyalty. International journal of management & entrepreneurship research*, doi: 10.51594/ijmer.v6i8.1365
- Eshaa, Jain, -. (2024). *The Intersection of Marketing and Sustainable Product Innovation. International Journal For Multidisciplinary Research*, doi: 10.36948/ijfmr.2024.v06i027206
- Frans, Sudirjo., Carl, C.G., Dizon., Ana, Rusmardiana., Asep, Deni., H., Hantono. (2024). *Sustainable marketing dilemmas: moral, ethical, and practical in business communication perspectives. Jurnal studi komunikasi*, doi: 10.25139/jsk.v8i1.8052
- G, Yoganandham. (2024). *Unraveling the Tension: Corporate Greenwashing and its Impact on Environmental, Social, and Economic Development – An Assessment*. doi: 10.48047/intjecse/v16i1.21
- Hajar, Fatemi., Ulrika, Leijerholt., Zeinab, Rezvani., Oliver, Schnittka. (2023). *Consumer responses to sustainable product branding strategies: a literature review and future research agenda. Baltic Journal of Management*, doi: 10.1108/bjm-11-2022-0412
- Ingrid, Georgeta, Apostol., Giulia-Elena, Zaharia., Claudia-Maria, Miu., Georgiana, Elena, Constantin. (2024). *Beyond Trends: Promoting Sustainability through Influencer-Driven Product Endorsements. Proceedings of the ... International Conference on Business Excellence*, doi: 10.2478/picbe-2024-0056
- Jiayu, Qian. (2024). *Exploring Sustainable Fashion: Market Dynamics, Future Trends, And Strategic Imperatives. Journal of education, humanities and social sciences*, doi: 10.54097/54kgx750
- Jurgita, Malinauskaitė. (2024). *"Greenwashing" in the EU, Selected EU Member States and the UK*. doi: 10.4324/9781003375883-6
- Manfei, Cui., Yong, Li., Shan, Wang. (2024). *Environmental Knowledge and Green Purchase Intention and Behavior in China: The Mediating Role of Moral Obligation. Sustainability*, doi: 10.3390/su16146263
- ario, Rinaldi., Annisa, Bela, Pertiwi., Gede, Nyoman., Wisnu, Satyadharma. (2023). *Perancangan Brand Identity Bandung Communication and Community (Bdgcom_Unity). Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, doi: 10.37034/infeb.v5i4.749
- P., V., Krishna, Shree., K., Lochana., S., Krishnakumari. (2024). *Responsible Consumption: Developing Sustainable Habits of Living for The Future. International Journal of Scientific Research in Science and Technology*, doi: 10.32628/ijsrst2411454

- Purboyo, Purboyo., Muhammad, Riza, Firdaus. (2024). *Exploring Green Consumerism: The Impact of Environmental Knowledge, Social Influence, and Attitudes on Millennials' Purchase Intentions*. Research Synergy Foundation Conference Proceeding Series, doi: 10.31098/bmss.v4i895
- Radu, SIMION. (2024). *Eco-Frauds: The Ethics and Impact of Corporate Greenwashing*. Studia Universitatis Babeş-Bolyai, doi: 10.24193/subbphil.2024.01
- Rashmi, Malhotra., Vidhan, Garg., Parshant, Aggarwal., Aman, Aggarwal., Omisaa, Bansal., Bhavya, Tusnial. (2024). *Consumer Perception and Buying Behaviour Regarding Eco-Friendly Products*. Journal of business management and information systems, doi: 10.48001/jbmis.1101005
- Ratih, Hasanah, Sudradjat., Nabsiah, Abdul, Wahid. (2020). *Influence of Endorser Credibility on Consumers' Attitude Toward Advertising and Soap Brand*. doi: 10.2991/AEBMR.K.200514.016
- Rishi, S., Siranjeevi, Raj, R. (2024). *Emerging Trends in Sustainability Practices Within the FMCG Sector for A Better Future*. International Journal of Scientific Research in Science and Technology, doi: 10.32628/ijrst2411472
- Sarah, Kendall., Kevin, Joseph, Dillman., Brynhildur, Davíðsdóttir., Jukka, Heinonen. (2024). *Toward sustainable food consumption: an indicator framework for a food provisioning sustainable consumption corridor (SCC)*. Global sustainability, doi: 10.1017/sus.2024.38
- Sérgio, Manuel, da, Costa, Machado. (2024). *Greenwashing, branqueamento ecológico ou eco-branqueamento: uma prática comercial desleal*. doi: 10.62140/smcm4522024
- Shoheb, Khan, Sadulla, Khan. (2024). *CSR's Moral Commitment and Greenwashing*. International Journal of Advanced Research in Science, Communication and Technlogy, doi: 10.48175/ijarsct-19279
- Sivapalan, Achchuthan., Charles, Jebarajakirthy., Raiswa, Saha., Pooja, Mehta., M.S., Balaji., Haroon, Iqbal, Maseeh. (2024). *Green skepticism: review and research agenda*. Marketing Intelligence & Planning, doi: 10.1108/mip-04-2023-0179
- Steffen, Wild., Lydia, Schulze, Heuling. (2024). *Exploring the role of identity in pro-environmental behavior: cultural and educational influences on younger generations*. Frontiers in Psychology, doi: 10.3389/fpsyg.2024.1459165
- Tatjana, Kochetkova., Gianluigi, Segalerba. (2024). *Environmental Personhood. Advances in medical education, research, and ethics (AMERE) book*

series, doi: 10.4018/979-8-3693-1178-ch001

Valentina, Carfora., Giulia, Buscicchio., Patrizia, Catellani. (2024). Proenvironmental self identity as a moderator of psychosocial predictors in the purchase of sustainable clothing. *Dental science reports*, doi: 10.1038/s41598-024-74234-6

Varsha, Khattri., Vivek, Singh, Tomar. (2024). Does Greenwashing Build Green Brand Associations? Evidence from the Indian Packaged Food Market. *Indian Journal of Marketing*, doi: 10.17010/ijom/2024/v54/i2/172049

White, K., Habib, R., & Hardisty, D. J. (2019). *How to SHIFT consumer*

behaviors to be more sustainable: A literature review and guiding framework. Journal of marketing, 83(3), 22-49.

Xi, Xi., Jing, Yang., Kaiwen, Jiao., Shanshan, Wang., Tianxiang, Lu. (2022). "We buy what we wanna be": Understanding the effect of brand identity driven by consumer perceived value in the luxury sector. *Frontiers in Psychology*, doi: 10.3389/fpsyg.2021002275

Yue, Ge, Qu. (2024). The Feasibility of Full Sustainability in the Fashion Industry. *Journal of Student Research*, doi: 10.47611/jsrhs.v13i6739