

Pengukuran Kinerja Halal *Supply Chain* Produk Olahan Agribisnis pada Pelaku Usaha Bersertifikasi Halal: Studi Kasus Café Riau 20

Performance Measurement of Halal Supply Chain for Agribusiness Processed Products in Halal-Certified Business Entities: A Case Study of Café Riau 20

Ananda Zahra Aulia*, Sulistyodewi Nur Wiyono

Universitas Padjadjaran
Jalan Raya Bandung-Sumedang KM 21
*Email: ananda22008@mail.unpad.ac.id
(Diterima 29-05-2026; Disetujui 30-07-2026)

ABSTRAK

Cafe Riau 20 merupakan usaha jasa boga yang telah bersertifikasi halal, namun belum memiliki sistem formal untuk memantau titik kendali halal di seluruh alur rantai pasoknya. Kondisi ini menyebabkan adanya kesenjangan antara praktek operasional dengan standar Sistem Jaminan Produk Halal (SJPH). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis struktur rantai pasok, mengukur kinerja manajemen rantai pasok halal menggunakan *Key Performance Indicators* (KPI), serta merumuskan strategi perbaikan kinerjanya. Pengukuran kinerja dilakukan dengan model *Supply Chain Operations Reference* (SCOR) yang diintegrasikan dengan metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP) untuk pembobotan, normalisasi *Snorm De Boer*, dan *Traffic Light System* (TLS). Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus. Struktur rantai pasok Cafe Riau 20 melibatkan pemasok bahan baku, internal kafe, dan konsumen akhir. Hasil perhitungan menunjukkan Nilai Akhir Kinerja Rantai Pasok sebesar 79,66 yang masuk dalam kategori "Sedang" (*Average*). Hasil pengukuran KPI pada atribut Reliabilitas menunjukkan kinerja sangat baik (skor 100) pada indikator kepatuhan sertifikasi halal. Namun, terdapat kesenjangan pada KPI atribut Responsivitas dan Aset, khususnya pada indikator waktu tunggu (*lead time*) dan intensitas evaluasi pelanggan yang berada pada zona kuning dan merah. Strategi perbaikan prioritas yang dirumuskan meliputi digitalisasi umpan balik pelanggan, optimasi alur kerja dapur, serta formalisasi dokumen pemetaan *Halal Control Points* (HCP).

Kata kunci: Kafe, kinerja, rantai pasok halal, SCOR, KPI

ABSTRACT

Cafe Riau 20 is a food service enterprise that has obtained halal certification, yet it lacks a formal system to monitor halal control points throughout its supply chain flow. This condition leads to a gap between operational practices and the Halal Product Assurance System (SJPH) standards. This study aims to analyze the supply chain structure, measure the performance of halal supply chain management using Key Performance Indicators (KPIs), and formulate strategies for performance improvement. Performance measurement was conducted using the Supply Chain Operations Reference (SCOR) model integrated with the Analytical Hierarchy Process (AHP) for weighting, Snorm De Boer normalization, and the Traffic Light System (TLS). This research employed a qualitative approach with a case study design. The supply chain structure of Cafe Riau 20 involves raw material suppliers, the internal cafe as the producer, and end consumers. The results indicate a Final Supply Chain Performance Score of 79.66, falling into the "Average" category. KPI measurement results for the Reliability attribute show excellent performance (score of 100) on halal certification compliance indicators. However, gaps exist in the KPIs for Responsiveness and Asset attributes, particularly regarding lead time indicators and customer evaluation intensity, which are positioned in the yellow and red zones. Priority improvement strategies formulated include the digitalization of customer feedback, optimization of kitchen workflows, and the formalization of Halal Control Points (HCP) mapping documentation.

Keywords: Cafe, performance, halal supply chain, SCOR, KPI

PENDAHULUAN

Kota Bandung, dengan populasi muslim sebesar 92,40% dari total 2,59 juta jiwa (Disdukcapil, 2025), merepresentasikan pasar yang sangat besar bagi produk dan jasa berbasis kehalalan. Pertumbuhan industri kafe di kota ini mencatat lonjakan signifikan dari 1.448 unit pada 2020 menjadi 9.121 unit pada 2024 (Disbudpar, 2025). Namun, di balik pertumbuhan tersebut, tingkat kepatuhan sertifikasi halal di sektor horeka skala menengah dan besar masih sangat rendah, yakni hanya 1,2% per Agustus

2024 (BPJPH, 2024). Realitas ini mencerminkan adanya kesenjangan struktural yang mencolok antara besarnya permintaan konsumen muslim dan minimnya jaminan kehalalan yang tersedia di industri.

Merespons kesenjangan tersebut, keberadaan usaha kuliner bersertifikasi halal menjadi semakin strategis. Namun, kepemilikan sertifikat halal semata tidak cukup tanpa didukung oleh sistem manajemen rantai pasok halal yang terstruktur. Tieman (2016) menegaskan bahwa rantai pasok halal adalah sistem yang menekankan penerapan prinsip halal dari hulu ke hilir, mencakup pemilihan bahan baku, proses produksi, penyimpanan, hingga distribusi produk kepada konsumen. Tujuan utamanya adalah menjaga integritas produk, meningkatkan kepercayaan konsumen, serta memperkuat daya saing usaha kuliner (Noordin et al., 2020).

Cafe Riau 20 merupakan salah satu kafe di Kota Bandung yang telah mengantongi sertifikasi halal sejak 2023. Meskipun demikian, hasil observasi awal mengidentifikasi bahwa kafe ini belum memiliki sistem formal untuk mengidentifikasi dan memantau Halal Control Points (HCP) di seluruh alur operasional. Pengendalian kehalalan masih bertumpu pada penerapan SOP kebersihan, pemisahan dry goods dan wet goods, serta peran Chef de Partie dalam memastikan kualitas sebelum penyajian. Kondisi ini belum sepenuhnya memenuhi prinsip SJPH yang mengharuskan identifikasi dan monitoring titik kendali halal secara menyeluruh dan terdokumentasi.

Evaluasi kinerja rantai pasok yang terstruktur menjadi kebutuhan mendesak untuk menjembatani kesenjangan tersebut. Key Performance Indicators (KPI) yang diintegrasikan dengan model Supply Chain Operations Reference (SCOR) menjadi pendekatan yang relevan, karena tidak hanya mengukur efisiensi operasional konvensional, tetapi juga menilai tingkat kepatuhan terhadap prinsip syariah sebagai nilai inti bisnis (Wahyuni et al., 2021). Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Wahyuni et al. (2021) pada UMKM Keripik Tempe menunjukkan bahwa integrasi SCOR dan KPI mampu menghasilkan skor kinerja rantai pasok yang terukur dan diagnostik. Putra (2021) juga membuktikan efektivitas pendekatan SCOR-AHP pada sektor ritel halal, sementara Vikaliana et al. (2024) mengkonfirmasi relevansi aspek traceability pada rantai pasok halal sektor hulu. Namun, studi yang berfokus secara spesifik pada sektor jasa boga (kafe) dengan perspektif terintegrasi antara kinerja internal dan persepsi konsumen masih terbatas.

Penelitian ini bertujuan untuk: (1) menganalisis kinerja rantai pasok halal di Cafe Riau 20 menggunakan pendekatan KPI berbasis model SCOR yang diintegrasikan dengan AHP, Snorm De Boer, dan Traffic Light System; serta (2) merumuskan strategi perbaikan kinerja rantai pasok halal berdasarkan hasil analisis kesenjangan. Temuan penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi empiris bagi pengembangan sistem manajemen rantai pasok halal pada usaha kuliner berskala menengah, sekaligus menjadi referensi praktis bagi manajemen Cafe Riau 20.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus (case study) tunggal, terfokus pada Cafe Riau 20 yang berlokasi di Jl. LLRE Martadinata No. 20, Bandung Wetan, Kota Bandung, Jawa Barat. Pemilihan lokasi didasarkan pada status kafe sebagai satu-satunya usaha kuliner halal bersertifikasi di kawasan strategis Jalan Riau yang memiliki data operasional terdokumentasi cukup lengkap. Pengumpulan data dilaksanakan pada Januari–Maret 2025.

Data primer diperoleh melalui tiga teknik, yaitu wawancara semi-terstruktur, observasi partisipatif, dan kuesioner. Wawancara dilakukan terhadap informan kunci yang dipilih secara purposive, terdiri atas manajer operasional (1 orang), staf produksi (2 orang), staf purchasing/gudang (2 orang), staff packing (2 orang), dan konsumen loyal (30 orang). Data sekunder diperoleh dari dokumen internal perusahaan, regulasi pemerintah terkait jaminan produk halal, dan publikasi ilmiah yang relevan. Analisis data dilakukan melalui empat tahap berurutan. Pertama, pembobotan tingkat kepentingan menggunakan Analytical Hierarchy Process (AHP). Dekomposisi hirarki mencakup tujuan utama (kinerja rantai pasok halal), tiga kriteria utama (Reliabilitas, Responsivitas, dan Aset), serta sub kriteria masing-masing. Validitas penilaian pakar diukur menggunakan Consistency Ratio (CR) dengan ambang batas $\leq 0,10$ (Saaty, 2008). Kedua, pengukuran kinerja aktual dan normalisasi data menggunakan rumus Snorm De Boer, yang mengkonversi seluruh nilai aktual KPI dari satuan yang heterogen menjadi skala seragam 0–100. Rumus yang digunakan dibedakan berdasarkan orientasi target: *Larger is Better* untuk indikator seperti persentase bahan halal, dan *Lower is Better* untuk indikator seperti *lead time* dan tingkat cacat. Ketiga, perhitungan nilai akhir kinerja rantai

pasok diperoleh dengan mengalikan bobot global AHP dengan rata-rata skor normalisasi per dimensi, kemudian diagregasikan secara kumulatif. Keempat, analisis kesenjangan dengan *Traffic Light System* mengklasifikasikan skor ke dalam tiga zona: Hijau (≥ 80 , *Good*), Kuning ($60 < 80$, *Average*), dan Merah (< 60 , *Poor*).

Analisis persepsi konsumen dilakukan secara deskriptif kuantitatif menggunakan nilai Mean dan Modus dari skala *Likert* 1–5, mencakup tiga dimensi: Indikator Eksternal (*surrogate cues*), Faktor Internal Psikologis, dan Respons Perilaku. Perumusan strategi perbaikan didasarkan pada temuan gap analysis melalui tiga langkah sistematis: (1) analisis akar masalah dengan *Fishbone Diagram*, (2) triangulasi data internal-eksternal, dan (3) penyusunan rekomendasi manajerial berbasis kerangka SMART (*Specific, Measurable, Achievable, Relevant, Time-bound*).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum dan Struktur Rantai Pasok Cafe Riau 20

Cafe Riau 20 mulai beroperasi secara penuh sebagai usaha kuliner pada Desember 2022, setelah bertransformasi dari fasilitas pendukung perusahaan PopNet. Kafe ini menempati gedung heritage (cagar budaya kelas C) dan meraih penghargaan bangunan cagar budaya terbaik dari IAI Jawa Barat (2024). Dengan visi menjadi entitas kuliner terkemuka di Kota Bandung yang mengedepankan inovasi produk dan nilai melalui harga bersahabat, kafe ini menyasar konsumen muslim perkotaan sebagai segmen utama.

Struktur rantai pasok Cafe Riau 20 melibatkan tiga lapisan utama. Pada sisi hulu, kafe bekerja sama dengan enam pemasok utama: Kopi BROCA (biji kopi), Dilamo (daging sapi), Sukanda Djaya Diamond (susu), Rempahnesia (sirup), Kwangkwang (bumbu kering), dan Pasar Andir (sayuran segar). Mekanisme pengadaan tersentral pada divisi Purchasing yang bertindak sebagai pintu masuk tunggal dan gatekeeper logistik. Pada sisi tengah (internal), terdapat klaster manajemen puncak, back office (*purchasing, finance*), departemen produksi (*kitchen* dan *bar*), divisi pelayanan (*floor*), serta unit pendukung. Sisi hilir mencakup dua segmen konsumen: pelanggan korporat/komunitas yang menciptakan permintaan terencana (*predictable demand*) dan pelanggan ritel umum yang menghasilkan permintaan fluktuatif (*stochastic demand*).

Manajemen kafe menerapkan dua strategi kunci dalam rantai pasoknya: (1) *sistem semifinished product* bahan baku diolah menjadi produk setengah jadi dan diporsi terlebih dahulu untuk mempercepat penyajian; dan (2) sistem informasi berbasis POS (*Point of Sales*) yang mendistribusikan data pesanan secara *real time* ke kasir, printer bar, dan printer kitchen. Pengendalian halal dilakukan melalui pemisahan penyimpanan *dry goods* dan *wet goods*, verifikasi sertifikat halal pemasok, serta pengawasan kualitas oleh *Chef de Partie* sebelum penyajian.

Pembobotan Tingkat Kepentingan dengan *Analytical Hierarchy Process* (AHP)

Pembobotan dilakukan melalui wawancara dengan manajer operasional menggunakan kuesioner perbandingan berpasangan skala Saaty. Pada Level 1, tiga kriteria utama diperbandingkan: Reliabilitas (keandalan integritas produk dan kehalalan), Responsivitas (kecepatan pelayanan), dan Aset (efisiensi biaya dan peralatan). Hasil pembobotan menunjukkan dominasi mutlak Reliabilitas dengan bobot 0,724 (72,4%), diikuti Responsivitas 0,193 (19,3%), dan Aset 0,083 (8,3%). Nilai *Consistency Ratio* (CR) sebesar 0,086, berada di bawah ambang batas 0,10, sehingga penilaian dinyatakan konsisten.

Tingginya bobot Reliabilitas mengonfirmasi bahwa manajemen menerapkan kebijakan zerotolerance terhadap pemasok yang tidak dapat menjamin status halal, meskipun menawarkan harga lebih murah. Kegagalan dalam aspek ini dianggap memiliki risiko fatal yang irreversibel terhadap reputasi merek. Pada Level 2, sub-kriteria Sertifikasi Halal mendominasi dimensi Reliabilitas dengan bobot lokal 0,668 (66,8%), Kualitas Bahan 0,243 (24,3%), dan Akurasi Pesanan 0,088 (8,8%). Pada dimensi Responsivitas, Lead Time mendapat bobot 0,750 (75%) versus *Cycle Time* 0,250 (25%). Pada dimensi Aset, Biaya Produksi mendapat bobot 0,833 (83,3%) versus Biaya Distribusi 0,167 (16,7%).

Tabel 1. Hasil Akhir Pembobotan Global AHP

Kriteria (L1)	Bobot L1	Sub-Kriteria (L2)	Bobot L2	Bobot Global	Status CR
Reliabilitas	0,724	Sertifikasi Halal	0,668	0,483	CR=0,007 (Konsisten)
		Kualitas Bahan Baku	0,243	0,176	
		Akurasi Pesanan	0,088	0,064	
Responsivitas	0,193	Lead Time Pemasok	0,750	0,145	CR=0,000
		Cycle Time Produksi	0,250	0,048	
Aset	0,083	Biaya Produksi	0,833	0,070	CR=0,000
		Biaya Distribusi	0,167	0,014	

Sumber: Analisis Data Primer (2026)

Pengukuran Kinerja Aktual dan *Normalisasi Snorm De Boer*

Pengukuran kinerja aktual diperoleh dari triangulasi wawancara dengan manajer, staf produksi, staf packing, dan staf purchasing. Kesepuluh KPI yang diukur mencakup dimensi Plan (Ketersediaan Sertifikasi Halal, Intensitas Evaluasi Pelanggan), Source (Persentase Bahan Baku Halal, Kualitas Bahan Baku, Waktu Tunggu Pemasok, Ketepatan Pembayaran Pemasok), Make (Waktu Siklus Produksi, Pemenuhan Sempurna, Tingkat Cacat Produk), dan Deliver (Utilitas Peralatan).

Tabel 2 menyajikan hasil normalisasi seluruh KPI menggunakan rumus *Snorm De Boer*. Terlihat polarisasi kinerja yang kontras: indikator-indikator terkait integritas halal (Ketersediaan Sertifikasi Halal, Persentase Bahan Baku Halal) dan efisiensi teknis produksi (Waktu Siklus Produksi, Utilitas Peralatan) memperoleh skor sempurna 100. Sebaliknya, indikator layanan konsumen dan responsivitas menunjukkan depresiasi skor yang signifikan.

Tabel 2. Hasil Perhitungan Skor Normalisasi

Indikator KPI	Target	Aktual	Worst Case	Skor Snorm
Ketersediaan Sertifikasi Halal	Ada	Ada	Tidak	100,00
Intensitas Evaluasi Pelanggan	4 kali/bln	1,67	0	41,75
Persentase Bahan Baku Halal	100%	100%	0%	100,00
Kualitas Bahan Baku	100%	97,5%	80%	87,50
Waktu Tunggu Pemasok (minimize)	1 hari	1,75 hari	3 hari	62,50
Waktu Siklus Produksi (minimize)	15 menit	14 menit	30 menit	100,00
Pemenuhan Sempurna	100%	95%	80%	75,00
Tingkat Cacat Produk/Waste (min.)	0%	3%	10%	70,00
Tingkat Keluhan Pelanggan (min.)	0 kasus	1,67	5	66,60
Utilitas Peralatan	95%	98,3%	50%	100,00

Sumber: Analisis Data Primer (2026)

Perhitungan Nilai Akhir Kinerja Rantai Pasok

Nilai Akhir Kinerja Rantai Pasok Cafe Riau 20 dihitung melalui perkalian bobot AHP dengan rata-rata skor normalisasi per dimensi. Dimensi Reliabilitas (bobot 0,724) menghasilkan rata-rata skor 79,17 dengan nilai tertimbang 57,32. Dimensi Responsivitas (bobot 0,193) menghasilkan rata-rata skor 79,17 dengan nilai tertimbang 15,28. Dimensi Aset (bobot 0,083) menghasilkan rata-rata skor 85,00 dengan nilai tertimbang 7,06. Total nilai akhir kinerja rantai pasok sebesar 79,66, menempatkan perusahaan pada kategori Average (Kuning) dalam *Traffic Light System*.

Skor 79,66 mencerminkan kondisi asimetris di mana kekuatan fundamental pada aspek kepatuhan syariah (skor sempurna pada indikator kehalalan) berhasil menopang stabilitas kinerja secara keseluruhan, namun terbebani oleh inefisiensi pada aspek responsivitas dan layanan pelanggan. Analisis dekomposisi menunjukkan bahwa bobot dominan Reliabilitas (72,4%) berfungsi sebagai buffer yang mengkompensasi rendahnya skor pada atribut Responsivitas. Jika bobot didistribusikan merata, nilai akhir akan terkoreksi lebih rendah, mengingat kesenjangan pada indikator layanan cukup signifikan (Van der Vorst, 2000).

Analisis Kesenjangan dengan *Traffic Light System*

Pemetaan *Traffic Light System* mengidentifikasi distribusi kinerja yang polaristik. Lima indikator berada di Zona Hijau (*Good*), meliputi Ketersediaan Sertifikasi Halal, Persentase Bahan Baku Halal, Kualitas Bahan Baku, Waktu Siklus Produksi, dan Utilitas Peralatan. Keberadaan indikator indikator ini di zona hijau mengonfirmasi bahwa strategi inti perusahaan dalam menjaga kualitas produk dan kepatuhan syariah telah terinternalisasi dengan baik dalam rutinitas operasional (Tieman, 2016).

Empat indikator berada di Zona Kuning (*Average*), yakni Waktu Tunggu Pemasok (62,50), Tingkat Keluhan Pelanggan (66,60), Tingkat Cacat Produk (70,00), dan Pemenuhan Sempurna (75,00). Kondisi ini merepresentasikan inefisiensi dalam aliran proses dari pemasok hingga konsumen yang belum optimal, namun masih dalam batas toleransi. Jika tidak ditangani, indikator zona kuning berpotensi terdegradasi ke zona merah seiring meningkatnya kompleksitas permintaan pasar (Pujawan & Mahendrawathi, 2017).

Satu indikator berada di Zona Merah (*Poor*), yaitu Intensitas Evaluasi Pelanggan dengan skor 41,75. Rendahnya skor ini mengindikasikan bahwa perusahaan masih bersikap pasif dan reaktif dalam mengelola umpan balik konsumen, tanpa mekanisme proaktif untuk menjaring *voice of customer* secara berkala. Dalam perspektif rantai pasok modern, ketidakmampuan menangkap umpan balik konsumen secara sistematis merupakan kesenjangan strategis yang berisiko menyebabkan perusahaan kehilangan relevansi pasar (Van der Vorst, 2000).

Tabel 3. Rekapitulasi Status Kinerja Indikator (*Traffic Light System*)

Indikator Kinerja (KPI)	Skor	Status	Zona
Intensitas Evaluasi Pelanggan	41,75	Poor	Merah
Waktu Tunggu Pemasok	62,50	Average	Kuning
Tingkat Keluhan Pelanggan	66,60	Average	Kuning
Tingkat Cacat Produk (Waste)	70,00	Average	Kuning
Pemenuhan Sempurna	75,00	Average	Kuning
Kualitas Bahan Baku	87,50	Good	Hijau
Ketersediaan Sertifikasi Halal	100,00	Good	Hijau
Persentase Bahan Baku Halal	100,00	Good	Hijau
Waktu Siklus Produksi	100,00	Good	Hijau
Utilitas Peralatan	100,00	Good	Hijau

Sumber: Analisis Data Primer (2026)

Analisis Persepsi Konsumen terhadap Jaminan Halal

Analisis deskriptif terhadap 30 responden konsumen mengungkap mekanisme pembentukan persepsi kehalalan yang berlapis. Pada dimensi Indikator Eksternal (surrogate cues), faktor Lingkungan Sosial menunjukkan nilai Mean tertinggi (3,97), mengindikasikan bahwa keberadaan

sesama konsumen Muslim menjadi validasi utama kehalalan (*social proof*). Fenomena ini konsisten dengan temuan Khan & Khan (2019) bahwa Muslim-looking customers merupakan indikator ekstrinsik paling berpengaruh terhadap keputusan masuk ke restoran ketika logo halal tidak terpampang eksplisit. Atmosfer Visual juga berperan signifikan (Mean 3,87), di mana ornamen Islami berfungsi sebagai komunikasi non-verbal identitas pengelola.

Pada dimensi Faktor Internal Psikologis, Religiusitas menunjukkan nilai tertinggi absolut (Mean 4,50), yang menegaskan bahwa kepatuhan halal bukan sekadar preferensi, melainkan kewajiban mutlak bagi responden. Kepercayaan terhadap jaminan lisan staf juga sangat tinggi (Mean 4,20), menandakan bahwa interaksi interpersonal dengan pramusaji berfungsi sebagai jembatan kepercayaan yang krusial. Persepsi Risiko kontaminasi silang tercatat tinggi (Mean 4,00; Modus 5), mengindikasikan adanya kecemasan laten di benak konsumen yang mendorong perilaku verifikasi aktif.

Pada dimensi Respons Perilaku, konsumen menunjukkan strategi validasi yang semakin adaptif: Validasi Menu dengan membaca komposisi secara teliti (Mean 4,17), Validasi Verbal melalui bertanya langsung kepada staf (Mean 4,07), dan pemilihan menu "aman" sebagai strategi manajemen risiko pamungkas (Mean 4,20; Modus 5). Pola perilaku ini mencerminkan konsumen Muslim modern yang tidak pasif menerima produk, melainkan aktif memverifikasi kehalalan melalui serangkaian tindakan preventif, terutama ketika label formal tidak tersedia secara eksplisit.

Perumusan Strategi Perbaikan

Analisis akar masalah menggunakan Fishbone Diagram mengidentifikasi tujuh penyebab utama kesenjangan kinerja, yang dapat dikelompokkan ke dalam empat dimensi: (1) ketiadaan sistem umpan balik pelanggan yang terstruktur dan SOP yang mewajibkan staf meminta *feedback* pasca layanan; (2) bottleneck pada alur koordinasi dapur pelayan yang memicu *motion waste*; (3) belum adanya sistem monitoring pemasok yang terdokumentasi dan prosedur verifikasi sertifikat halal yang masih informal; serta (4) belum terpetakannya *Halal Control Points* secara formal di seluruh lini produksi.

Triangulasi data internal eksternal mengklasifikasikan strategi ke dalam tiga kuadran. Pertama, Prioritas Mutlak mencakup aspek dengan kinerja internal rendah dan kepentingan pelanggan tinggi, yaitu kecepatan penyajian dan sistem umpan balik, yang menuntut intervensi segera karena berisiko menimbulkan *customer churn*. Kedua, Prioritas Operasional mencakup aspek teknis *back office* seperti dokumentasi *traceability* dan formalisasi HCP, yang meskipun kurang disadari pelanggan secara langsung, berisiko fatal terhadap kepatuhan regulasi dalam jangka panjang. Ketiga, Strategi Pemasaran mencakup keunggulan kompetitif aktual (status sertifikasi halal dan kualitas bahan baku) yang harus dikapitalisasi sebagai *value proposition* utama melalui komunikasi pemasaran.

Rekomendasi manajerial disusun berdasarkan kerangka SMART dalam empat pilar strategi. Strategi pertama adalah Digitalisasi Umpan Balik Pelanggan: penerapan sistem survei berbasis QR Code yang terintegrasi dengan POS atau ditempatkan di setiap meja, dengan target peningkatan partisipasi responden minimal 10% dari total transaksi harian dalam satu bulan pertama. Strategi kedua adalah Optimasi Alur Kerja Dapur: redesain tata letak stasiun kerja berbasis urutan menu dan penerapan disiplin FIFO, dengan target penurunan rata-rata lead time penyajian di bawah 15 menit pada saat jam sibuk. Strategi ketiga adalah Formalisasi Infrastruktur Jaminan Halal: penyusunan Manual SJPH, penetapan titik kritis HCP di setiap tahap operasional, dan pengembangan *logbook traceability digital* berbasis *spreadsheet* atau aplikasi inventori. Strategi keempat adalah Peningkatan Kompetensi SDM: pelaksanaan pelatihan berkala setiap enam bulan mencakup *service excellence* dan halal *awareness*, dengan target 100% karyawan lulus tes pemahaman internal.

Tabel 4. Rekomendasi Manajerial Berbasis SMART pada Cafe Riau 20

Strategi Utama	Deskripsi Spesifik	Target Terukur	Indikator KPI yang Ditangani	Horizon Waktu
Digitalisasi Umpan Balik	QR Code feedback di meja & struk pembayaran terintegrasi POS	Partisipasi >10% transaksi/hari; Mean skor $\geq 4,5$	Intensitas Evaluasi Pelanggan (Merah)	Bulan 1
Optimasi Alur Dapur	Redesain layout stasiun kerja + sistem tiket antrian visual (FIFO)	Lead time <15 menit; Keluhan 0 kasus/bulan	Waktu Tunggu, Keluhan (Kuning)	Bulan 2–3
Formalisasi SJPH & HCP	Manual SJPH, penetapan HCP, logbook traceability digital	1 set dokumen lengkap; 100% bahan tersarp	Traceability, Integritas Halal (Preventif)	Bulan 1–6
Pelatihan Kompetensi SDM	Pelatihan service excellence & halal awareness setiap 6 bulan	100% karyawan lulus tes pemahaman	Human error produksi & pelayanan	Semester

Sumber: Analisis Data Primer (2026)

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengukuran dan analisis, kinerja rantai pasok halal Cafe Riau 20 memperoleh Nilai Akhir sebesar 79,66 yang masuk dalam kategori Average berdasarkan *Traffic Light System*. Fondasi kehalalan perusahaan terbukti sangat kuat, ditandai oleh skor sempurna (100) pada indikator Ketersediaan Sertifikasi Halal, Persentase Bahan Baku Halal, Waktu Siklus Produksi, dan Utilitas Peralatan. Kesenjangan kinerja teridentifikasi pada dimensi Responsivitas dan layanan pelanggan: Intensitas Evaluasi Pelanggan berada di Zona Merah (skor 41,75), sementara Waktu Tunggu Pemasok (62,50) dan Tingkat Keluhan Pelanggan (66,60) berada di Zona Kuning. Analisis persepsi konsumen mengungkap bahwa penilaian kehalalan dilakukan melalui mekanisme *surrogate cues* berbasis lingkungan sosial dan atmosfer visual, yang diperkuat oleh tingkat religiusitas tinggi (Mean 4,50) dan persepsi risiko kontaminasi yang signifikan (Mean 4,00). Strategi perbaikan prioritas yang dirumuskan meliputi: (1) digitalisasi umpan balik pelanggan berbasis QR Code sebagai *quick win* untuk indikator zona merah; (2) optimasi alur kerja dapur untuk mengatasi *bottleneck*; (3) formalisasi dokumen SJPH dan penetapan HCP sebagai langkah preventif jangka menengah; dan (4) pelatihan kompetensi SDM secara berkala. Temuan ini menegaskan bahwa penguatan kinerja rantai pasok halal pada usaha kuliner bersertifikasi memerlukan pendekatan integratif yang tidak hanya menjaga kepatuhan syariah, tetapi juga meningkatkan responsivitas layanan dan kapabilitas organisasional secara berkesinambungan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ab Talib, M. S., & Hamid, A. B. (2014). Halal logistics in Malaysia: A SWOT analysis. *Journal of Islamic Marketing*, 5(3), 322–343.
- Ab Talib, M. S., Hamid, A. B., & Zulfakar, M. H. (2015). Halal supply chain critical control points: A case study of beef industry in Malaysia. *Journal of Islamic Marketing*, 6(1), 1–25.
- Ab Talib, M. S., & Hamid, A. B. (2016). Application of analytical hierarchy process (AHP) and TOPSIS for halal food supply chain risk assessment. *Industrial Management & Data Systems*, 116(8), 1836–1866.
- Ali, M. H., & Suleiman, N. (2018). Eleven shades of food integrity: A halal supply chain perspective. *Trends in Food Science & Technology*, 71, 216–224.
- Ali, A., et al. (2021). Integrating halal supply chains with industry 4.0: A conceptual framework. *Journal of Islamic Marketing*, 12(6), 1189–1208.
- Ambali, A. R., & Bakar, A. N. (2014). People's awareness on halal foods and products: Potential issues for policy-makers. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 121(1), 325-333.

- Awan, H. M., et al. (2019). Halal brand trust: The role of supply chain transparency and consumer confidence. *Journal of Islamic Marketing*, 10(4), 1127–1145.
- Bashir, A. M. (2019). Effect of halal awareness, halal logo and attitude on foreign consumers' purchase intention. *British Food Journal*, 121(9), 1998–2015.
- Bolstorff, P., & Rosenbaum, R. (2003). *Supply Chain Excellence: A Handbook for Dramatic Improvement Using the SCOR Model*. AMACOM.
- BPJPH. (2024). *Data Sertifikasi Halal Horeka Skala Usaha Menengah*. Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal.
- Chopra, S., & Meindl, P. (2016). *Supply chain management: Strategy, planning, and operation* (6th ed.). Pearson.
- Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung. (2025). *Data Pertumbuhan Kafe di Kota Bandung 2020–2024*.
- Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kota Bandung. (2025). *Data Kependudukan Kota Bandung Semester I Tahun 2025*.
- DinarStandard. (2022). *State of the global Islamic economy report 2022*.
- Khan, G., & Khan, F. (2019). "Is this restaurant halal?" Surrogate indicators and Muslim behaviour. *Journal of Islamic Marketing*, 11(1), 1–18.
- Ngah, A. H., et al. (2019). Halal supply chain flexibility in the food industry. *Journal of Islamic Marketing*, 10(1), 222–241.
- Noordin, N., et al. (2020). Halal supply chain management: A review and research agenda. *Journal of Islamic Marketing*, 11(6), 1545–1566.
- Pujawan, I. N., & Er, M. (2010). *Supply Chain Management* (2nd ed.). Gunawidya.
- Pujawan, I. N., & Mahendrawathi, E. R. (2017). *Supply Chain Management* (3rd ed.). Andi Publisher.
- Putra, B. S. (2021). *Pengukuran kinerja halal supply chain management pada Pamella Satu Supermarket dengan pendekatan AHP dan SCOR 12.0 (Skripsi)*. Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta.
- Saaty, T. L. (2008). Decision making with the analytic hierarchy process. *International Journal of Services Sciences*, 1(1), 83–98.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. L. (2019). *Consumer Behavior* (12th ed.). Pearson Education.
- Tieman, M., et al. (2012). Principles in halal supply chain management. *Journal of Islamic Marketing*, 3(3), 217–243.
- Tieman, M. (2016). Halal supply chain management. In M. Khan (Ed.), *Halal food production* (pp. 215–239). CRC Press.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal.
- Van der Vorst, J. G. A. J. (2000). *Effective Food Supply Chains: Generating, Modelling and Evaluating Supply Chain Scenarios* (PhD Thesis). Wageningen University.
- Vikaliana, R., et al. (2024). Halal supply chain performance measurement model involving traceability aspects: A study in a chicken slaughterhouse. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 1358, 012030.
- Wahyuni, D., et al. (2021). Performance measurement of Tempeh crackers supply chain management using Halal criteria on SCOR Model. *E3S Web of Conferences*, 332, 04002.
- Zailani, S., et al. (2017). Halal supply chain traceability system: A study on the readiness of Malaysian food industry. *Journal of Islamic Marketing*, 8(3), 398–414.