

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu negara dengan jumlah penduduk islam terbanyak di dunia, berdasarkan data Kementrian Agama Republik Indonesia total penduduk yang beragama islam di Indonesia berjumlah 241,7 juta jiwa pada tahun 2022. Total seluruh penduduk Indonesia berjumlah 277,75 juta jiwa yang berarti 87,02% dari penduduk Indonesia beragama islam. Persebaran penduduk islam di Indonesia juga merata, terdapat 30 provinsi di Indonesia yang mayoritas penduduknya beragama islam, hanya empat provinsi yang memiliki jumlah penduduk islam minoritas (Kementrian Agama Republik Indonesia, 2022). Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa jumlah penduduk islam sangat mendominasi dan merata di seluruh wilayah Indonesia. Maka dari itu agama islam sangat berpengaruh terhadap budaya dan kebiasaan yang berkembang di masyarakat Indonesia salah satunya yaitu mengonsumsi produk halal sesuai dengan syariat islam, seperti yang Allah firmankan dalam Surah Al-Baqarah ayat 168.

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا ۖ وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ ۚ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

Artinya: Wahai manusia, makanlah dari (makanan) yang halal dan baik yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan. Sungguh, setan itu musuh yang nyata bagimu. – (Q.S Al-Baqarah: 168).

Tingkat kesadaran konsumen muslim akan produk halal saat ini semakin tinggi, sehingga jumlah konsumsi produk halal di Indonesia juga turut mengalami peningkatan (Rohim & Priyatno, 2021). Sejalan dengan meningkatnya jumlah konsumsi tersebut, maka permintaan terhadap produk halal juga akan meningkat, kondisi itulah yang menyebabkan munculnya trend gaya hidup halal di kalangan konsumen saat ini. Gaya hidup halal ini tidak hanya terbatas pada konsumsi makanan halal saja, namun mencakup semua bidang kehidupan umat muslim termasuk membeli dan memakai pakaian halal sesuai syariat islam (Rohim & Priyatno, 2021). Menurut Fathoni (2020) terdapat empat sektor halal yang memiliki potensi besar untuk berkembang di Indonesia, yaitu sektor makanan halal, keuangan syariah, pariwisata halal, dan fashion halal.

Potensi fashion halal ini tidak kalah besar dari sektor yang lain, hal tersebut dapat dilihat dari industri busana muslim yang terus mengalami perkembangan dari tahun ke tahun. Menurut data State of the Global Islamic Economy Report 2019/2020, Indonesia menempati peringkat ke tiga dunia di sektor modest fashion muslim (Fathoni, 2020). Dilihat dari ekspor sektor busana muslim pada tahun 2019 mencapai angka 9,2 miliar USD yang setara dengan 9,8% total ekspor dari industri pengolahan. Jika dilihat dari pasar domestik, pembelian dari produk fashion muslim sampai menyentuh angka 20 miliar USD dengan laju pertumbuhan rata-rata 18,2% (Fathoni, 2020).

Maraknya desainer busana muslim dan ajang pameran produk fashion muslim juga membuat potensi industri fashion halal ini semakin besar untuk dikembangkan (Fathoni, 2020). Oleh karena itu pemerintah Indonesia membuat ketentuan dan regulasi mengenai sertifikasi halal yang dimuat dalam Peraturan Pemerintah Nomor 39 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Bidang Jaminan Produk Halal sebagai bentuk dukungan kepada para pelaku usaha untuk menerapkan standar halal di sektor apapun itu. Maka seluruh perusahaan di setiap sektor yang ada di Indonesia seharusnya sudah mulai menerapkan standar halal pada masing-masing produknya, termasuk juga sektor fashion yang menjadi salah satu sektor halal dengan potensi yang cukup tinggi untuk dikembangkan. Salah satu brand pakaian muslim di Indonesia yang menerapkan standar halal dan sudah mendapatkan sertifikasi halal ialah Zoya.

Zoya mendapatkan sertifikasi halal dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) pada tahun 2015, sertifikasi tersebut didapatkan untuk kain yang diproduksi oleh perusahaan. Kain yang diklaim halal inilah yang nantinya akan digunakan sebagai bahan dasar pembuatan baju dan kerudungnya (Jaharuddin, 2022). Dengan menerapkan standar halal Zoya dapat meminimalkan image negatif dari konsumen terhadap produknya. Maka dapat disimpulkan bahwa dengan menerapkan standar halal pada produk dapat menciptakan keunggulan tersendiri bagi perusahaan, terutama perusahaan yang memiliki target utama konsumen muslim. Meskipun demikian masih sangat sedikit produk-produk pakaian konvensional yang menerapkan standar halal di

Indonesia, hal ini sangat disayangkan karena Indonesia memiliki ragam fashion yang menjadi ciri khas tersendiri di setiap daerah penghasilnya.

Indonesia sebagai negara kepulauan memiliki potensi dan kekayaan budaya yang dapat dikembangkan terutama di bidang fashion. Ada banyak ragam pakaian yang berasal dari daerah-daerah di Indonesia dengan ciri khasnya masing-masing, salah satunya ialah kain tenun yang memiliki sejarah budaya dan nilai eksotis di setiap daerah penghasilnya (Mubin, 2018). Tenun adalah produk kain yang terbuat dari benang yang nanti akan dicelupkan ke pewarna terlebih dahulu sebelum dirajut dengan cara selang seling sampai menjadi kain (Elita et al., 2019). Ada banyak daerah penghasil kain tenun di Indonesia mulai dari pulau Sumatera, Jawa, sampai ke Sulawesi dengan berbagai ciri khas dan wujudnya masing-masing.

Pulau Sumatera adalah salah satu pulau penghasil tenun terbanyak di Indonesia, ada beberapa daerah Sumatera yang terkenal akan tenunnya seperti tenun silungkang dari Sumatera Barat, songket jambi, tenun melayu, tenun pakpak dari Sumatera Utara, dan lain sebagainya (Mubin, 2018). Salah satu daerah penghasil tenun yang terkenal akan ciri khasnya ada di Provinsi Sumatera Barat. Sumatera Barat dikenal dengan ciri khas fashionnya sendiri, salah satunya ialah kain tenun yang lekat dengan budaya minangkabau. Tenun dilambangkan sebagai kemuliaan derajat seorang dalam minangkabau, serta menunjukkan bahwa orang tersebut beradat dan bermatabat (Elita et al., 2019). Ada banyak daerah penghasil tenun di Sumatera Barat dengan ciri khasnya masing-masing seperti tenun pandai sikek, tenun kubang, dan tenun silungkang.

Namun sayangnya sampai saat ini belum ada produk tenun khas Sumatera Barat yang menerapkan standar halal dan mendaftarkan usahanya untuk mendapatkan sertifikasi halal. Satu-satunya produk tenun di Indonesia yang sudah mendapatkan sertifikasi halal ialah brand Kain Halal TM dari PT Milangkori Persada. Kain Halal TM berhasil mendapatkan sertifikasi halal pada tahun 2022 yang menjadikannya sebagai pelopor sekaligus satu-satunya produk tenun yang memiliki sertifikasi halal di Indonesia (LPPOM MUI, 2022). Sertifikasi halal pada perusahaan fashion ini juga dapat meningkatkan keunggulan dari perusahaan sesuai dengan teori *Resource Based View*.

Berdasarkan teori Resource Based View (RBV) suatu perusahaan dapat mencapai keunggulan kompetitif melalui kepemilikan, pengelolaan aset, kemampuan dan pengetahuan, serta sumber daya internal yang dimiliki (Miller, 2019). Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa langkah yang dilakukan oleh Kain Halal TM maupun Zoya untuk mendapatkan sertifikasi halal sesuai dengan pandangan RBV, dimana mereka mendapatkan keunggulan melalui sumber daya internal yang dimiliki guna meningkatkan nilai dari produknya. Jika ditelusuri lebih lanjut ada banyak aspek yang harus diperhatikan dalam menilai kehalalan pada suatu produk pakaian, contohnya saja seperti brand Kain Halal TM. Upaya yang dilakukan untuk mendapatkan sertifikasi halal tersebut tidaklah mudah, Kain Halal TM harus melewati rangkaian lacak dan telusur terlebih dahulu di sepanjang proses produksi.

Berdasarkan Peraturan Pemerintah tentang Penyelenggaraan Bidang Jaminan Produk Halal, kain atau pakaian termasuk dalam kategori barang gunaan yang wajib bersertifikasi halal. Aspek pertama dan paling utama dalam penilaian halal di kategori barang gunaan ini ialah material atau bahan bakunya (LPPOM MUI, 2022). Dalam hal bahan baku Kain Halal TM bekerjasama dengan perusahaan benang Bemberg TM dari Jepang yang hanya memiliki satu lini produksi di Kota Nobeoka yang tentunya dapat mempermudah Majelis Ulama Indonesia dalam melakukan proses lacak dan telusur. Setelah memastikan kehalalan pada bahan baku, Majelis Ulama Indonesia juga akan melakukan lacak dan telusur di sepanjang proses produksi mulai dari benang sampai menjadi kain. Lacak dan telusur tersebut dilakukan untuk memastikan bahwa produk benar-benar terbebas dari kontaminasi zat yang mengandung unsur haram sesuai dengan sebelas kriteria Sistem Jaminan Halal (LPPOM MUI, 2022).

Perusahaan sudah harus menerapkan Sistem Jaminan Halal (SJH) terlebih dahulu sebelum melakukan pendaftaran sertifikasi halal, sebelas kriteria SJH tersebut meliputi: kebijakan halal, tim manajemen halal, pelatihan, bahan, fasilitas produksi, prosedur tertulis terkait aktivitas kritis, penanganan produk tidak sesuai kriteria, produk, kemampuan telusur, audit internal, kaji ulang manajemen. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa penerapan standar halal dan penilaian sertifikasi halal tidak hanya berfokus seputar produknya saja namun juga mencakup sistem manajemennya, oleh karena itu perusahaan membutuhkan rantai pasokan halal untuk mengatasi masalah tersebut. Rantai pasokan halal merupakan pendekatan yang sangat penting guna

memastikan integritas produk halal sampai ke tangan konsumen (Ngah et al., 2016). Rantai pasokan halal (*halal supply chain*) adalah kegiatan pemanfaatan sumber daya perusahaan yang mencakup seluruh siklus produksi suatu produk mulai dari pengadaan bahan baku, perlengkapan dan peralatan, perawatan peralatan, proses pengolahan, penyimpanan produk, hingga sampainya produk ke tangan konsumen harus disesuaikan dengan standar halal menurut islam (Aman et al., 2022). Tujuan dari rantai pasokan halal ini yaitu untuk memastikan produk benar-benar halal dan tayyib, mulai dari proses produksi sampai ke tangan konsumen.

Rantai pasokan halal inilah yang diterapkan oleh Kain Halal TM untuk mendapatkan sertifikasi halal, mulai dari pemilihan bahan baku hingga proses produksinya. Maka dari itu dapat disimpulkan bahwa salah satu penyebab minimnya jumlah pelaku usaha pakaian yang menerapkan standar halal dikarenakan mereka harus melakukan upaya yang lebih dari sebelumnya untuk mengikuti seluruh kriteria Sistem Jaminan Halal. Tentunya hal ini akan sedikit menyulitkan mereka, terutama pelaku usaha kelas UMKM yang tidak memiliki relasi dan modal sebanyak usaha besar. Untuk mengatasi permasalahan tersebut Aman et al. (2022) melakukan penelitian guna menguji beberapa faktor yang dapat mempengaruhi perusahaan dalam mengadopsi standar halal.

Ada tiga faktor yang digunakan dalam penelitian Aman et al. (2022) yaitu *technological*, *organizational*, dan *environment* (TOE). Tiga faktor tersebut nantinya dapat menjadi jembatan bagi perusahaan yang ingin mengadopsi inovasi baru (Ngah et

al., 2017). Kerangka TOE ini awalnya dikembangkan oleh Tornatzky dan Fleisher pada tahun 1990 yang berfungsi sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan untuk mengadopsi hal baru. Dengan menggunakan kerangka TOE pertimbangan perusahaan untuk adopsi hal baru tidak hanya berfokus pada sisi konsumen saja, namun juga mencakup seluruh aspek internal dan eksternal perusahaan. Tiga faktor TOE ini nantinya dapat menjadi pendorong atau penghambat perusahaan dalam mengadopsi hal baru (Aman et al., 2022).

Faktor pertama yang dapat mempengaruhi adopsi hal baru ialah *technological*, konteks teknologi ini mengarah pada teknologi eksternal maupun internal yang digunakan atau relevan dengan perusahaan. Konteks teknologi tersebut mewakili teknologi yang berkaitan dengan perusahaan baik itu sedang digunakan saat ini maupun teknologi yang tersedia di pasar namun belum digunakan oleh perusahaan (Ngah et al., 2015). Teknologi yang digunakan perusahaan tentunya harus mempunyai manfaat lebih yang bisa mendukung penerapan standar halal perusahaan. Dalam konteks produk fashion teknologi tersebut dapat berupa teknologi yang dipakai dalam proses produksi, pengemasan, dan lain sebagainya.

Faktor kedua adalah *organizational*, konteks organisasi mengarah pada ukuran deskriptif perusahaan dan sumber daya yang dimiliki organisasi (Ngah et al., 2015). Konteks organisasi mencakup sifat dan karakter dari perusahaan tersebut seperti kesiapan perusahaan, dukungan manajemen puncak, pemahaman, integritas halal, kesadaran halal perusahaan, manfaat bisnis dan lain sebagainya (Aman et al., 2022).

Dalam konteks halal fashion disini mengacu pada kesiapan perusahaan dalam mangadopsi standar halal, tentunya kesiapan perusahaan tidak dapat dilihat dari satu sisi saja, ada banyak aspek terkait dengan perusahaan, salah satunya ialah dukungan manajemen puncak. Manajemen puncak memiliki wewenang untuk memutuskan sesuatu yang akan dijalankan oleh perusahaan termasuk keputusan untuk mengadopsi standar halal. Manajemen puncak tentunya tidak dapat mengambil keputusan dari satu pertimbangan saja, ada banyak hal yang harus dipertimbangkan terkait kondisi perusahaan dalam pengambilan keputusan. Pertimbangan tersebut tentunya akan mencakup kondisi sumber daya yang dimiliki perusahaan, tingkat kesadaran perusahaan akan standar halal, dan lain sebagainya.

Faktor ketiga adalah *environment*, lingkungan adalah tempat atau area dimana suatu perusahaan dapat menjalankan fungsi bisnis yang nantinya akan berkaitan dengan unsur-unsur disekitarnya (Nguh et al., 2015). Lingkungan internal dan eksternal di sini meliputi persaingan, konsumen, ukuran perusahaan, regulasi pemerintah, dan lain sebagainya. Aspek yang sangat menonjol dalam faktor lingkungan ini adalah tekanan pesaing, tekanan konsumen, dan permintaan pasar (Aman et al., 2022). Dalam konteks halal fashion faktor *environment* dapat dikaitkan dengan kondisi lingkungan eksternal dan internal perusahaan serta hubungannya dengan fenomena gaya hidup halal. Hal tersebut nantinya akan memperhatikan kondisi pesaing sejenis yang mengadopsi standar halal, peningkatan permintaan produk fashion halal, dan tuntutan konsumen mengenai integritas halal saat ini.

Berkaitan dengan permasalahan standar halal pada produk fashion penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut mengenai seberapa besar pengaruh faktor *technological, organizational* dan *environmental* (TOE) terhadap adopsi halal pada UMKM tenun silungkang. Penelitian ini merujuk pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Aman et al. (2022) yang meneliti mengenai pengaruh faktor *technological, organizational, dan environmental* terhadap adopsi pergudangan halal di industri manufaktur dan pasokan makanan Pakistan. Instrument yang dipakai dalam penelitian ini sudah berdasarkan pada pre survey dan uji triangulasi data terlebih dahulu oleh akademisi, UKM, BPJPH, dan koperindag yang pada akhirnya memutuskan bahwa instrument yang ada dalam penelitian Aman et al. (2022) dapat digunakan dalam penelitian ini. Alasan penulis memilih tenun silungkang dikarenakan masyarakat di Kecamatan Silungkang menjadikan tenun sebagai sumber penghasilan, karena itulah terdapat banyak UMKM tenun atau produksi rumahan di sana.

Tenun silungkang merupakan warisan budaya dari Kecamatan Silungkang yang terkenal di Indonesia bahkan sampai ke mancanegara. Selain itu tenun silungkang juga merupakan salah satu produk lokal unggulan Sumatera Barat yang kelestariannya tetap terjaga sampai saat ini (Melinda et al., 2021). Tenun silungkang memiliki ciri khas tersendiri yang terletak pada ragam hias motifnya, motif dari tenun silungkang ini bertemakan alam sekitar yang mengambil bentuk dari tumbuh-tumbuhan dan hewan. Nama dari motif-motif tenun silungkang ini juga diambil dari alam contohnya seperti

bungo malur, pucuk ranggo patai, kudo-kudo, bungo kunyik, kaluak paku dan lain sebagainya. Salah satu motif yang paling terkenal dari tenun silungkang ini adalah pucuk rabuang karena mengandung filosofi dari tumbuhan rebung (Melinda et al., 2021). Pemerintah kota Sawahlunto juga sudah memberikan dukungan kepada pelaku usaha tenun ini melalui perantara Dinas Koperasi Perindustrian dan Perdagangan (koperindag) yang ditugaskan untuk membantu pelaku usaha kerajinan tenun silungkang. Berdasarkan survey pendahuluan penulis mendapatkan informasi bahwasanya koperindag berperan sebagai supplier benang dan juga memberikan dukungan berupa pelatihan kepada para UMKM tenun tersebut. Dukungan tersebut tentunya dapat menjadi peluang yang besar bagi para UMKM tenun silungkang untuk mengembangkan usahanya.

Pemerintah pusat juga turut memberikan dukungan dari sisi proses sertifikasi halal untuk para UMKM. Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) diamanatkan undang-undang untuk memberikan kemudahan bagi UMKM yang ingin mendapatkan sertifikasi halal melalui jalur *self declare*. Dengan jalur ini pelaku usaha yang sudah memenuhi syarat tertentu dapat menyatakan sendiri kehalalan dari produk yang mereka miliki, bahkan pelaku usaha dapat memilih langsung Lembaga Pemeriksa Halal yang terdaftar di BPJPH sebagai pihak yang memeriksa dan menguji produknya. Dengan adanya dukungan tersebut, maka tidak menutup kemungkinan bagi para UMKM tenun silungkang untuk mengadopsi standar halal pada produknya. Maka untuk meneliti lebih lanjut mengenai hal tersebut penulis mengajukan penelitian yang

berjudul “Analisis Pengaruh Faktor *Technological, Organizational, dan Environmental* terhadap *Halal Adoption* pada Produk Tenun Silungkang”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan fenomena dan permasalahan yang ada di latar belakang dapat dinyatakan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh *technology* terhadap *halal adoption* pada produk tenun silungkang?
2. Bagaimana pengaruh *organizational* terhadap *halal adoption* pada produk tenun silungkang?
3. Bagaimana pengaruh *environmental* terhadap *halal adoption* pada produk tenun silungkang?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan umum dari penelitian ini adalah untuk melihat seberapa besar pengaruh faktor TOE terhadap pelaku usaha tenun untuk mengadopsi standar halal pada produk, penjabarannya ialah sebagai berikut :

1. Untuk menguji pengaruh *technology* terhadap *halal adoption* pada pelaku usaha tenun silungkang.

2. Untuk menguji pengaruh *organizational* terhadap *halal adoption* pada pelaku usaha tenun silungkang.

3. Untuk menguji pengaruh *environment* terhadap *halal adoption* pada pelaku usaha tenun silungkang.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini mempunyai manfaat baik dari segi teoritis maupun praktis diantaranya yaitu:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Temuan penelitian ini dapat memberikan pengetahuan baru mengenai faktor *technology, organizational, environment* dan kaitannya dengan adopsi standar halal pada perusahaan. Hasil dari penelitian ini juga dapat memperkuat temuan dari penelitian terdahulu mengenai hubungan faktor TOE dengan kemampuan perusahaan dalam mengadopsi hal baru. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi pedoman untuk penelitian selanjutnya mengenai pengaruh faktor TOE di perusahaan terhadap niat untuk adopsi halal.

1.4.2 Manfaat Praktis

Bagi pelaku usaha, penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu acuan bagi para UMKM di bidang fashion yang ingin mengadopsi standar halal atau hal baru. Selain itu para pelaku UMKM juga dapat melihat dan mengevaluasi apakah kondisi teknologi, kesiapan organisasi, dan lingkungannya sudah mendukung untuk

mengadopsi standar halal tersebut. Bagi pemerintah pusat maupun daerah, penelitian ini diharapkan dapat memberikan dorongan kepada pihak pemerintah untuk memberi dukungan dan kemudahan kepada para pelaku usaha, baik itu dalam bentuk kebijakan baru maupun sebagai fasilitator bagi UMKM yang ingin menerapkan standar halal.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : KAJIAN TEORI

Bab ini berisikan landasan teori mengenai setiap variabel yang dipakai dalam penelitian, penelitian terdahulu, keterkaitan antar variabel dan kerangka konseptual.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang desain penelitian, operasional variabel, teknik pengumpulan data, teknik pengambilan sampel yang di pakai, analisis data dan pengujian hipotesis.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas mengenai hasil dari penelitian dimulai dari deskripsi objek penelitian, analisis data, hasil pengujian hipotesis, dan implementasi dari hasil penelitian.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan yang didapatkan dari hasil dan implikasi penelitian, keterbatasan penelitian serta saran untuk perusahaan dan penelitian selanjutnya.

