

BAB I

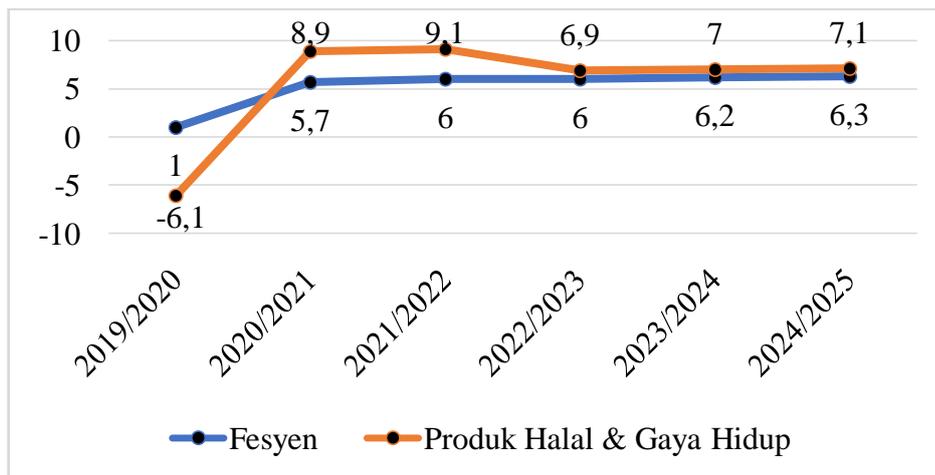
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Riset *The Royal Islamic Strategic Studies Centre* pada tahun 2023 menunjukkan bahwa jumlah populasi Muslim di Indonesia mencapai 240,62 juta jiwa. Jumlah ini setara dengan 86,7% dari populasi penduduk nasional yang mencapai 277,53 juta jiwa (RISSC, 2023). Hal ini menjadi salah satu potensi yang besar untuk mewujudkan Indonesia sebagai pusat halal dunia. Potensi dari jumlah penduduk Muslim yang besar itu diyakini bakal mendorong kebutuhan produk halal yang besar. Konsumen Muslim semakin sadar akan pentingnya etika dan keberlanjutan, sehingga produk yang ramah lingkungan dan sosial juga memiliki daya tarik besar dalam pasar ini.

Pasar industri halal mengalami pertumbuhan secara global tidak hanya di sektor makanan dan minuman, tetapi juga sektor fesyen yang termasuk salah satu kebutuhan pokok manusia. Berdasarkan Gambar 1, sektor fesyen halal mengalami pertumbuhan sebesar 5,7% pada tahun 2021 dari 279 miliar dollar menjadi 295 miliar dollar, dan diperkirakan akan terus bertumbuh mencapai 375 miliar dollar pada tahun 2025 dengan pertumbuhan sebesar 6,1% (Dinar Standard, 2022). Indonesia memiliki peluang yang cukup besar untuk menjadi produsen industri halal dunia. Selain memiliki jumlah penduduk Muslim terbesar di dunia, kesadaran akan pentingnya industri halal sekarang ini bukan hanya oleh umat Muslim saja, tetapi juga non-Muslim. Contohnya, penerapan gaya hidup halal oleh

masyarakat semakin meningkat tidak hanya pada sektor makanan dan minuman, tetapi sektor lainnya seperti farmasi, fashion dan lain-lain. Hal ini tentunya menambah peluang Indonesia untuk menjadi produsen halal terkemuka dunia yang ditargetkan terwujud pada 2024 (KNEKS, 2023)



Sumber: *Dinarstandard* (2022)

Gambar 1 Proyeksi pembelanjaan Muslim Global sektor fesyen versus produk halal & gaya hidup

Untuk mendukung potensi industri halal di tanah air, pemerintah mengeluarkan Pemerintah Nomor 39 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Bidang Jaminan Produk Halal yang menyatakan bahwa seluruh produk yang masuk, beredar, dan diperdagangkan di Indonesia wajib bersertifikat halal. Kewajiban sertifikasi halal ini akan mulai berlaku pada tahun 2024 bagi produk makanan, minuman, hasil sembelihan dan jasa sembelihan. Kemudian bagi produk kosmetik, produk kimia, produk rekayasa genetika, serta barang lainnya pada tahun 2026, dan berlanjut untuk produk farmasi hingga tahun 2039 (Taufik, 2023).

Aturan tersebut merupakan tindak lanjut dari Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (UU JPH) yang menyatakan bahwa produk yang masuk, beredar dan diperdagangkan di wilayah Indonesia wajib bersertifikat halal, kecuali produk yang diharamkan. Hal ini juga berlaku bagi barang-barang yang dipakai, digunakan atau dimanfaatkan oleh masyarakat.

Sertifikasi halal di Indonesia dalam hal ini masih sangat baru di Indonesia. Beberapa hal yang akan ditentukan dalam melakukan sertifikasi halal terhadap produk yaitu dengan melihat bahan baku atau *raw material* di mana bahan utama dalam pembuatan produk harus ditentukan kehalalannya. Kemudian dengan bahan tambahan, bahan penolong, kemasan yang kontak langsung dengan produk, pelumas yang digunakan mesin dan mungkin kontak langsung dengan bahan baku produk, bahan pembersih untuk sanitasi fasilitas dan media validasi hasil pencucian fasilitas yang kontak langsung dengan produk (LPPOM MUI, 2023).



Selain data yang sudah ada terdapat juga fenomena penting di Indonesia yang mendukung pentingnya pengembangan fashion halal terutama kain. Fenomena tersebut adalah inovasi penting berupa kain halal. Inovasi ini dipelopori oleh pelaku usaha bernama Kain Halal, produsen tekstil bersertifikat halal pertama di dunia. Produk ini membantu produsen *fashion* Muslim di Indonesia menciptakan produk yang memenuhi standar halal, yang kemudian dipromosikan di berbagai negara untuk memperluas jangkauan pasar. Untuk mempromosikan *fashion* halal, maka penting bagi Indonesia untuk berpartisipasi dalam berbagai ajang *fesyen* ternama dunia seperti New York Fashion Week, Paris

Fashion Week, London Fashion Week, Dubai Fashion Week, Turkey Fashion Week, dan lainnya. Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) juga akan menggandeng Kain Halal untuk memulai *roadshow* di lima negara. Tujuannya, selain untuk sosialisasikan kewajiban sertifikasi halal bagi barang gunaan yang akan dimulai pada 2026 mendatang, juga dimaksudkan untuk mempromosikan produk fesyen halal kita ke pasar global (Nabila 2024).

Selain dalam tataran skala Internasional, BPJPH juga meluncurkan program yang berskala Nasional untuk mendukung program *fashion* halal di Indonesia. Pada tahun 2024, BPJPH bersama industri tekstil dan desainer meluncurkan Indonesia Global Halal Fashion (IGHF) yang berkolaborasi dengan Kain Halal. Langkah ini bertujuan untuk memperkuat ekosistem industri fesyen muslim dari sektor hulu hingga ahilir, termasuk akses bahan baku, produksi, branding, serta promosi di berbagai ajang fesyen internasional seperti New York Fashion Week dan Paris Fashion Week (Nabila 2024).



Beberapa penelitian pendukung juga sudah bisamenjadi *guidance* bagi pelaku usaha *fashion* halal di Indonesia dalam mengimplementasikan halal di usahamereka. Penelitian ini misalnya oleh Eskani et al. (2022) yang membahas lebih detail mengenai penerapan Sistem Jaminan Produk Halal (SJPH) yang dipelopori oleh BPJH 2021. Penelitian ini membahas detail mengenai implementasi penerapan pembuatan *in batik* yang halal. Dimulai dari bagaimana pemilihan bahan baku untuk produksi

yang harus dilengkapi dengan CoA, kemudian identifikasi proses kritis kehalalan pada proses produksi kain batik, serta dokumen apa saja yang dibutuhkan untuk implementasi SJPH dalam industri batik. Artinya secara *guidance* sebenarnya Indonesia sudah ada. Namun secara implementasi ke pada usaha-usaha yang sudah ada, masih sedikit penelitian dan pelaku usaha yang memahami *guidance* tersebut.

Sebagai salah satu pendukung *fashion busana muslim*, industri tenun merupakan salah satu industri yang berpotensi untuk dikembangkan lebih jauh di Indonesia. Tenun merupakan salah satu warisan budaya Indonesia yang memiliki makna pada setiap motif daerah di seluruh Nusantara. Tenun memiliki makna, nilai sejarah, dan teknik yang tinggi baik dari segi warna, motif, jenis bahan dan benang yang digunakan. Menurut Hendryli & Herwindiati (2019) jenis tenun ada lah tenun sederhana (Jawa Barat, Jawa Tengah, DIY, Sulteng), tenun ikat lungsi (NTB, NTT, Maluku, Kalimantan Barat Sulawesi Barat, Papua Barat), tenun ikat pakan (Bengkulu, Sumatra Selatan, Jawa Barat, Jawa Timur, NTB, Kalimantan Timur, Sulawesi Tengah), tenun ikat ganda (Bali Tenganan, Sulawesi Tengah, Sulawesi Tenggara), tenun songket (Aceh, Sumatera Utara, Sumatera Barat, Jambi, Bengkulu, Sumsel, Lampung, Banten), dan tenun doobby (Utamanya di Bali).

Badriati et al. (2021) menyatakan bahwa tenun merupakan salah satu industri yang dapat meningkatkan pendapatan keluarga jika dikerjakan dengan penuh motivasi dan semangat kerja yang tinggi yang salah satunya sudah dibuktikan di Desa Sukarara. Sumatera Barat sendiri memiliki tiga produk tenun jenis songket yang

terkenal di pasaran, yakni tenun Silungkang di Kota Sawah lunto, tenun PandaiSikek di Kabupaten Tanah Datar dan tenun Kubang di Kabupaten Lima Puluh Kota. Masing-masing tenun memiliki ciri khas motif dan kualitas yang sangat baik (Lita *et al.*, 2019). Salah satu keunikan tenun pandaisikek terletak pada teknik yang digunakan. Di lingkungan perajin tenun songket PandaiSikek teknik yang dipakai dalam proses kerjanya dinamakan *tuhuak*, sebab *tuhuak* yang

berbeda akan menghasilkan tenun songket dengan kualitas yang berbeda pula.

Dalam bahasan ini, *tuhuak* berarti "dorong". Jadi dalam istilah tenun *tuhuak* berarti teknik mendorong atau memasukkan beberapa helai benang ke dalam tenun yang telah diungkit. *Tuhuak* dapat dikelompokkan menurut jumlah benang yang dimasukkan ke dalam tenun songket, para perajin PandaiSikek dikenal tiga jenis *tuhuak* yaitu, *tuhuak* dua, *tuhuak* empat, dan *tuhuak* enam (Yandri, 2014).



Berdasarkan pre-survey yang telah dilakukan, peneliti melihat 3 sampai 4 UMKM yang masih belum terjamin kebersihannya. Tenun songket yang sedang dikerjakan dalam waktu yang cukup lama, disimpan di sebuah ruangan yang berlantaikan tanah,

hal ini bisa saja menjadi faktor penyebab tenun songket tersebut terhambat untuk mendapatkan sertifikasi halal. Karena faktor lantai yang masih tanah dan tidak tahu hewan apa saja yang berlalu-lalang di

sekitarpembuatantenunsongkettersebut.Berikutadalahdokumentasisaatmelakukan pre-survey di PandaiSikek Tanah Datar.



Sumber: Pre-Survey 2023

Gambar 2PengerjaanTenunPandaiSikekmenggunakanalat manual

Meskipunmemilikibanyakpotensiseperti yang sudahdisebutkansebelumnya, industri halal Indonesia masihmengalamibeberapakendala. Salah satukendala yang paling terlihatadalahkurangnyapemahaman dan kesadaranakanpentingnyasertifikasi halal oleh para pelakuindustri. Pengusahafashion di Indonesia sangat jarang yang mengetahuiprosedur dan standar yang diperlukan un-tuksertifikasi halal. Selainitudukungananinfrastruktur dan teknologi yang diperlukanuntukmendukungpertumbuhanindustri halal juga masih minim (Herianti et al., 2023). Selaintidakmengetahuiprosedur, kesadaranpelakuusaha juga terbilangkurang. Warto dan Zainal Arifin

(2020) menyatakan bahwa pelaku usaha sering kali tidak menyadari pentingnya produk halal dan kurang tertarik dalam memperebutkan pasar industri halal dunia. Padahal di negara yang minoritas muslim seperti Taiwan, kehalalannya suatu produk dianggap sebagai nilai yang penting dan merupakan bagian dari inovasi perusahaan itu sendiri (Amalia et al., 2023). Sementara itu Khan et al. (2019) menyatakan bahwa kurangnya dukungan pemerintah dan kurangnya dukungan manajemen puncak merupakan faktor yang berpengaruh terhadap penerapan standar halal dari pelaku usaha. Sertifikasi halal sendiri jika diterapkan dengan optimal dapat berpengaruh terhadap performa sebuah perusahaan baik secara operasional, keuangan dan pemasaran yang salah satunya sudah terbukti di Industri food (Amer, 2024).



Diperlukan sebuah upaya untuk menganalisis kesadaran dan kesiapan pelaku usaha dalam menerapkan standardisasi halal dan kesiapan mereka untuk melakukan sertifikasi. Tujuannya agar semakin banyak pelaku usaha yang mempunyai sertifikasi halal dan industri dapat berkembang dan berdampak kepada lebih banyak rumah tangga jentun. Hal tersebut dapat dilakukan menggunakan *Technology-Organization-Environment framework* atau TOE yang dikemukakan oleh Tornatzky & Fleisher (1990). TOE memungkinkan untuk melakukan analisis yang memfasilitasi perusahaan untuk mengadopsi teknologi baru yang dipengaruhi oleh

konteksteknologi, konteksorganisasi, dan kontekslingkungan. Denganmenggunakankerangka TOE pertimbanganperusahaanuntukadopsihalbarutidakhanyaberfokus pada sisikonsumensaja, namun juga mencakupseluruhaspek internal dan eksternalperusahaan. Tigafaktor TOE ininantinyaadapatmenjadipendorongataupenghambatperusahaandalammengadopsih albaru(Aman et al., 2022).

Teknologi dan inovasimemilikidampaksignifikandalammemajukantransformasiindustri halal menjadilebih modern dan transparan (Ismail et al., 2020). Konteksteknologiiniarah pada teknologieksternalmaupun internal yang digunakanataurelevandenganperusahaan. Konteksteknologitersebutmewakiliteknologi yang berkaitandenganperusahaanbaikitusedangdigunakansaatinimaupunteknologi yang tersedia di pasar namunbelumdigunakan oleh perusahaan(Ngah et al., 2015). Sistem-sistemini memungkinkanpelacakan dan verifikasiprodukdarihulukehilir, memastikanbahwaproduk yang dihasilkanmemenuhistanandarkehalalan yang ditetapkan oleh industri (Ismail et al., 2020). Teknologi yang digunakanperusahaantentunyaaharusmempunyaimanfaatlebih yang bisamendukungpenerapanstandar halal perusahaan. Dalamkonteksproduk*fashion*teknologitersebutdapatberupateknologi yang dipakaidalam proses produksi, pengemasan, dan lain sebagainya.

Sementara itu aspek *organization* juga berperan penting dalam menilai kesiapan suatu usaha dalam mengadopsi standar halal. Dukungan yang diberikan manajemen, pemahaman SDM akan standar halal, serta aspek lain sangat mempengaruhi kesiapan perusahaan untuk mengadopsi standar disasi halal. 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 mengadopsi standar halal, tentunya kesiapan perusahaan tidak dapat dilihat dari 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.

Sementara itu dari segi *Enviroment*, persaingan yang harus Indonesia lakukan dengan negara lain

semakin memperkuat dasar bagi pengusaha untuk mengimplementasikan standardisasi halal. Indonesia yang saat ini menduduki peringkat ketiga terbaik dalam bidang fesyen muslim harus menghadapi persaingan dengan negara lain yang juga terus berkembang dan skornya masih jauh dari UEA. Hal ini menjadi tantangan bagi Indonesia, khususnya dalam meraih peringkat terbaik di sektor ini. 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). 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.



Berdasarkan latar belakang tersebut, penulisan tertarik untuk meneliti lebih dalam seberapa besar pengaruh variable-variabel tersebut terhadap adopsi halal pada produk Tenunetnik lokal yang berada di Pandai Sikek Kabupaten Tanah Datar. Penelitian ini merujuk pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Aman et al., (2022) yang membahas tentang peran *technology*, *organization* dan *environmental* terhadap adopsi halal *warehousing*. Penelitian lain juga menjadi rujukan dalam penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan oleh Ngah et al., (2022) yang

membahas tentang pengaruh *technology*, *organization* dan *environmental* terhadap *adoption of halal transportation*. Penelitian yang dilakukan oleh Sirajuddin & Taufik (2023) yang meneliti tentang pengaruh *technology*, *organization* dan *environmental* terhadap *halal supply chain performance*. Judul penelitian ini adalah **“Pengaruh *Technology*, *Organization* dan *Environment* terhadap *Halal Adoption* pada Tenun Songket Etnik Lokal Pandai Sikek Kabupaten Tanah Datar”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijabarkan, maka rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh *technology* terhadap *Halal Adoption* pada produk tenun songket etnik lokal Pandai Sikek Kabupaten Tanah Datar?
2. Bagaimana pengaruh *Organization* terhadap *Halal Adoption* pada produk tenun songket etnik lokal Pandai Sikek Kabupaten Tanah Datar?
3. Bagaimana pengaruh *Environment* terhadap *Halal Adoption* pada produk tenun songket etnik lokal Pandai Sikek Kabupaten Tanah Datar?

1.3 Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah yang ada, maka penelitian ini memiliki tujuan yaitu:

1. Mengetahui pengaruh faktor *technology* terhadap *halal adoption* pada produk tenun songket etnik lokal Pandai Sikek Kabupaten Tanah Datar.

2. Mengetahui pengaruh faktor *organization* terhadap *halal adoption* pada produk tenun songket etnik lokal Pandai Sikek Kabupaten Tanah Datar.
3. Mengetahui pengaruh faktor *environment* terhadap *halal adoption* pada produk tenun songket etnik lokal Pandai Sikek Kabupaten Tanah Datar.

1.4 Manfaat

Dengan mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi organisasi dalam mengadopsi standar halal pada kain tenun Pandai Sikek Sumatera Barat, manfaat praktis yang diharapkan adalah:

1. Bagi peneliti adalah dapat memperluas wawasan peneliti dalam memahami mu yang diperoleh terkait sebagai salah satu bahan pertimbangan dalam membuat keputusan.
2. Bagi industri kain tenun diharapkan dapat digunakan sebagai pengambilan keputusan dalam strategi usahanya aspek halal adopsi.
3. Bagi masyarakat diharapkan dapat menambah pengetahuan dan pemahaman mengenai halal adopsi sehingga dapat dijadikan bahan referensi dalam pengambilan keputusan membeli produk khususnya produk kain tenun.
4. Bagi pemerintah dapat dijadikan sebagai bahan masuk dalam pengawasan atas produk-produk yang belum mengadopsi halal kedepannya pada tahun 2026 mendatang.



1.5 Sistematika Penulisan

BAB I: PENDAHULUAN

Bab I ini berisikan latar belakang dari masalah penelitian, rumusan masalah, tujuan dilakukannya penelitian, manfaat dari penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II: KAJIAN TEORI

Pada bab ini berisikan landasan teori pendukung mengenai Variabel-variabel yang digunakan pada penelitian, penelitian terdahulu, keterkaitan antar variabel dan kerangka konseptual.

BAB III: METODE PENELITIAN

Bab ini berisikan desain penelitian yang dilakukan, operasional variabel, Teknik pengumpulan data yang digunakan, Teknik pengambilan sampel yang digunakan, analisis data dan pengujian terhadap hipotesis.

BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada Bab ini berisikan pokok dari penelitian mengenai deskripsi dari objek penelitian, analisis data, pembahasan dan implementasi dari hasil penelitian sehingga dapat diketahui hasil dari analisis yang diteliti terhadap pengujian hipotesis.



BAB V: PENUTUP

Pada Bab ini berisikan kesimpulan yang diperoleh dari implikasi penelitian, dan keterbatasan penelitian yang dilakukan serta saran bagi perusahaan dan penelitian selanjutnya.

