

## UPAYA MENINGKATKAN HALAL ADOPTION PADA TENUN SONGKET ETNIK LOKAL PANDAI SIKEK

<sup>1</sup>Resti Purnama Dewi, <sup>2</sup>Ratni Prima Lita, <sup>3</sup>Suziana, <sup>4</sup>Meuthia, <sup>5</sup>Dewi Yuliana Rahmi, <sup>6</sup>Laura Amelia Triani

<sup>1,2,3,4,5,6</sup> Program Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Andalas

Correspondent author: [ratniprimalita@eb.unand.ac.id](mailto:ratniprimalita@eb.unand.ac.id)

Padang, 25171, Indonesia

### Abstract

The rapid transition of the global halal fashion industry may require a series of innovations and adaptations in the MSMEs sector. Therefore, technology adoption and organizational openness to change are the main challenges for stakeholders. This study was conducted to examine and analyze the effects of technology, organization, and an increasingly competitive environment on halal adoption in the MSME weaving sector. By using a purposive sampling technique with certain criteria, as many as 30 MSMEs owners or members were obtained to contribute and respond to the research questionnaire, and then those responses were analyzed through the Structural equation model technique with Smart-PLS software's latest version. Results stated that halal adoption in the MSMEs weaving sector is not affected by technological and organizational aspects, it is due to a lack of openness to accept the changes, then most of the actors also thought that halal adoption didn't provide value-added. Therefore, the motivation for human resource development and technology utilization was also low. Halal adoption is significantly affected by environmental aspects. External pressures such as market demand and government regulations will force weaving MSME actors to adapt to the changes for business sustainability and maintaining national fashion cultural heritage.

**Keywords: Environment; Halal Adoption; Organizational; Tecnology**

### Abstrak

Transisi cepat perkembangan industri fesyen halal global dimungkinkan membutuhkan serangkaian inovasi dan adaptasi disektor UMKM. Olehkarena itu, keterbukaan organisasi dalam perubahan menjadi tantangan utama bagi para pemangku kepentingan. Penelitian ini dilakukan guna melihat dan menganalisa pengaruh teknologi, organisasi, dan lingkungan yang semakin kompetitif pada adopsi halal di sektor UMKM terkhususnya sektor tenun. Dengan menggunakan *purposive sampling technique* berdasarkan kriteria tertentu, sebanyak 30 pelaku atau anggota UMKM berkontribusi dan memberikan tanggapan terhadap kuisiner penelitian, dan kemudian data tanggapan tersebut dianalisis menggunakan teknik SEM-PLS dengan bantuan software Smart-PLS versi terbaru. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adopsi halal pada sektor tenun tidak dipengaruhi oleh aspek teknologi dan organisasi, hal ini dikarenakan kurang terbukanya UMKM tenun pandai sikek dalam menerima perubahan, dan beranggapan bahwa adopsi halal tidak memberikan nilai tambah, sehingga motivasi untuk pengembangan SDM dan pemanfaatan teknologi-pun menjadi ikut rendah. Adopsi halal secara signifikan dipengaruhi oleh aspek lingkungan. Tekanan eksternal seperti permintaan pasar dan regulasi pemerintah akan memaksa para pelaku UMKM tenun untuk beradaptasi dengan perubahan demi keberlanjutan usaha dan menjaga warisan budaya fesyen nasional.

**Kata Kunci: Adopsi Halal; Lingkungan; Organisasi; Teknologi**

## PENDAHULUAN

Perkembangan industri halal global secara konsisten terus memperlihatkan tren positif di berbagai sektor, salah satunya sektor fesyen yang telah menjadi primadona industri halal akhir-akhir ini (Bardakci et al., 2021). Berdasarkan laporan Dinar Standard (2024), sektor fesyen telah tumbuh konstan setidaknya 5,7% dalam kurun tiga tahun terakhir, dan diramalkan akan terus tumbuh hingga 6,1% di tahun 2025 mendatang. Di Indonesia, berbagai pemangku kepentingan telah menyadari potensi ini ditengah mayoritas populasi penduduk yang beragama muslim, angka itu mencapai 86,7% dari total penduduk nasional atau sekitar 240,62 juta jiwa (Rimayanti, 2022). Berbagai upaya telah dilakukan untuk memaksimalkan potensi dan peluang ini, seperti menerbitkan Undang-Undang Nomor 39 Tahun 2021 tentang Jaminan Produk Halal, memperkuat kolaborasi antar lembaga, hingga kolaborasi dengan KAIN HALAL atau usaha tekstil pertama yang bersertifikasi halal di dunia (Nabila, 2024).

Kolaborasi antar Lembaga dan berbagai pemangku kepentingan menghasilkan program *Indonesia Global Halal Fashion* (IGHF) yang telah diluncurkan pada tahun 2024, program ini membuktikan bahwa dukungan terhadap produk fesyen halal terus ditingkatkan demi menjadikan Indonesia sebagai kiblat produk halal dunia (Nabila, 2024), Menurut Bardakci et al (2021) sektor fesyen merupakan salah satu sektor industri dengan pertumbuhan tercepat, karena ekspektasi dan gaya hidup konsumen yang terus tumbuh mengikuti perkembangan zaman, dan hal ini juga berdampak pada pasar fesyen halal yang dituntut untuk terus ber-inovasi (Bardakci et al., 2021). Rimayanti (2022) menyatakan bahwa inovasi fesyen halal terlihat pada produk jenis busana muslim, produk ini sangat diminati oleh konsumen, terutama konsumen muslim. Hal itu dikarenakan mayoritas muslim sangat menyukai pakaian yang dapat menutup aurat (Games et al., 2020). Sebagai salah satu bagian pendukung fesyen busana muslim, industri tenun telah memainkan peran penting dan tetap exist dalam menjaga warisan budaya nasional ditengah perkembangan fesyen halal global yang semakin cepat (Sekarsari & Puspitasari, 2020).

Industri tenun menghasilkan kain tenun yang memiliki nilai-nilai sejarah nasional pada setiap motifnya, memiliki arti dan makna, serta dibuat dengan teknik yang sederhana (Hermanto et al., 2022), namun tetap berkualitas tinggi baik dari segi warna, motif, jenis bahan hingga benang yang digunakan (Fitryani et al., 2020). Industri tenun juga berperan dalam peningkatan pendapatan keluarga melalui wadah UMKM, dengan adanya aktifitas tenun, ibu-ibu yang notabeneanya beraktifitas di rumah, masih dapat tetap produktif dan menyalurkan ekspresi mereka (Sekarsari & Puspitasari, 2020). Secara nasional, terdapat beberapa daerah yang masih mempertahankan industri tenun, salah satunya adalah daerah Pandai Sikek yang terletak di Kabupaten Tanah Datar, Sumatera Barat, Indonesia (Hendryli & Herwindiati, 2019).

Tenun pandai sikek memiliki keunikan tersendiri dari segi teknik pembuatannya, teknik tersebut dinamakan *tuhuak* yang berarti dorongan, berbeda jumlah *tuhuak* maka berbeda pula kualitas kain tenun songket yang dihasilkan. Namun, ditengah perkembangan industri fesyen halal, berbagai kondisi ditemukan pada tenun songket pandai sikek saat ini, seperti halnya adopsi halal yang masih menjadi kendala, hal ini disebabkan karena kurangnya pemahaman tentang literasi halal, sehingga masih banyaknya produk-produk tenun yang belum tersertifikasi halal. Olehkarenanya, diperlukan berbagai upaya untuk mendorong para pelaku industri tenun ini untuk lebih menyadari bahwa produk yang bersertifikasi halal, memiliki nilai tambah yang akan menarik konsumen lebih banyak lagi hingga menjangkau pasar dunia.

Menurut Oikonomou et al (2022) dalam menangani masalah pengetahuan dan teknologi untuk mengikuti perkembangan saat ini, para pelaku usaha dapat menerapkan *Technology-Organizational-Environment framework* (TOE). Konsep ini pertama kali dikembangkan oleh Tornatzky dan Fleisher (1990), yang bertujuan untuk memfasilitasi para pelaku usaha untuk siap dalam menghadapi segala bentuk perubahan yang berkaitan dengan teknologi, organisasi, dan lingkungan. Saleh dan Ibrahim (2021) menyatakan bahwa teknologi memberikan dampak signifikan dalam memajukan transformasi industri halal menjadi lebih modern dan transparan, teknologi juga memberikan kemudahan akses informasi dan jangkauan pasar yang lebih luas (Gotteland et al., 2020).

Pada aspek organisasi, Aman et al (2022) menyatakan bahwa keterbukaan manajemen dalam menerima perubahan akan mempercepat adopsi halal pada setiap lini produk, karena hal ini memungkinkan organisasi untuk lebih berani ber-investasi pada sumber daya mereka (Faisal et al., 2021), termasuk mengurus sertifikasi halal. Sementara itu, pada aspek lingkungan, Aman et al (2022) juga menegaskan bahwa adopsi halal akan meningkatkan keunggulan bersaing ditengah pasar yang semakin kompetitif, dan meminimalisir tekanan pesaing, tekanan konsumen, hingga memenuhi permintaan pasar (Ahmadi et al., 2019). Faktor lingkungan ini sangat berkaitan erat dengan ekspektasi konsumen, kapasitas manajemen internal, tingkat persaingan, hingga regulasi pemerintah (Aman et al., 2022).

## **METODE**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang ditujukan pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) produk tenun etnik lokal yang ada di Pandai Sikek, Kabupaten Tanah Datar. Untuk menjangkau partisipan, penelitian ini menggunakan *purposive Sampling Technique* yaitu suatu teknik pengambilan sampel berdasarkan kriteria tertentu (Sekaran & Bougie, 2016), kriteria responden dalam penelitian ini merupakan pemilik atau anggota kelompok usaha tenun yang ada di Nagara Pandai Sikek, Kabupaten Tanah Datar. Sementara itu, untuk memudahkan semua responden dalam memberikan tanggapan pada

setiap survei yang diajukan, disediakan skala likert rentang 1 (*Sangat Tidak Setuju*) sampai 5 (*Sangat Setuju*) pada setiap pernyataannya (Sekaran & Bougie, 2016).

Penelitian ini menggunakan instrumen pengukuran yang sangat akurat, dimana variabel *organization* mengacu pada tujuh dimensi yaitu *Top Management Support*, *Organizational Readiness*, *Understanding the practices*, *Awareness*, *Integrity*, *Expected business benefits*, *Entrepreneurial Intensity*, dengan 22 Indikator yang terbaru (Aman et al., 2022), sedangkan *technology* menggunakan 6 indikator dari dua dimensi yaitu *Compatibility* dan *Perceived Benefit* (Aman et al., 2022), dan *environment* menggunakan 11 indikator dari tiga dimensi yaitu *Competitive Pressure*, *Consumer Pressure*, *Market Demand* (Aman et al., 2022). Tercatat, sebanyak 30 kelompok atau UMKM produk tenun etnik local berpartisipasi dalam penelitian ini, dimana tanggapan mereka atas survei yang diberikan, dianalisis menggunakan teknik *Structural Equation Model* (SEM-PLS) dan *path-analysis* dengan bantuan *Smart-PLS latest version software* (Hair et al., 2010; Hult et al., 2015).

Nilai prasyarat yang ditentukan adalah 0,70 untuk kriteria *outer-loading*, dan 0,5 untuk kriteria *average variance extracted* (AVE) (Hair et al., 2010). Sedangkan untuk nilai *Reliability of the constructs* disyaratkan melebihi 0,70 untuk kriteria *composite reliability*, dan *impact model* nilai  $R^2$  disyaratkan  $> 0,33$  (Hidayat et al., 2021; Hult et al., 2015). Uji validitas diskriminan juga dilakukan dengan acuan kriteria *cross-loading* dengan nilai prasyarat *line-construct* harus  $> 0,70$  dan  $> \text{Square-root}$  (Hair et al., 2015). Sementara itu, *path-analysis* mensyaratkan nilai T-statistik  $> 1,96$  untuk *second-order test* dan P-value  $< 0,05$  untuk menyatakan suatu hubungan didukung, ataupun sebaliknya (Hair et al., 2010).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Identitas responden pada penelitian ini, tercatat bahwa tingkat partisipasi pelaku UMKM tenun mendominasi sebesar 80% Wanita, dan 20% nya laki-laki, dengan usia mayoritas rentang 41-50 tahun (53,33%), 31% berusia kurang dari 41 tahun, dan 16,67% berusia diatas 50 tahun. Mayoritas pelaku atau anggota kelompok UMKM tenun di Pandai Sikek berpendidikan SMA (50%), 20% Sarjana, 10% Diploma III, dan 3% berpendidikan setaraf SMP. berpendidikan SMA sebanyak 30,64%, dan berpendidikan Diploma 3 sebanyak 6,45%.

Pekerjaan inti dari para pelaku atau anggota kelompok tenun ini memiliki keberagaman, karena ada yang menjadikan usaha tenun sebagai pekerjaan sampingan, namun tercatat bahwa mayoritas mereka memfokuskan diri dalam usaha tenun (83,33%), 6,67% petani, dan masing-masing 3,33% bekerja di travel umrah, usaha pelaminan, dan ibu rumah tangga. Mayoritas pelaku tenun berpendapatan  $< 10$  juta rupiah (60%) perbulannya, 26,67% berpendapatan rentang 10 – 20 juta rupiah, dan 13,33% berpendapatan  $> 20$  juta rupiah. Sementara itu, dari sisi legalitas usaha, 86,67% UMKM tenun pandai sikek telah

memiliki legalitas dan hanya 13,33% yang masih dalam pengurusan atau belum memiliki legalitas. Legalitas usaha yang dimiliki oleh UMKM tenun di Pandai Sikek cukup beragam.

Pada tahapan analisis, secara statistical penelitian ini menggunakan teknik SEM-PLS dalam mengukur setiap item tanggapan, tabel 1 akan memperlihatkan hasil uji model final setelah dilakukan removal terhadap item-item yang tidak memenuhi prasyarat penelitian ini.

**Tabel 1.** Uji Model

	Code of Dimension	Composite Reliability	AVE	R-Square
Halal Adoption	HA	0.868	0.920	0,873
Technology	Tech	0.728	0.845	
Organization	PB	0.727	0.845	
	Og	0.776	0.855	
	EBB	0.928	0.965	
Environment	IT	0.831	0.922	
	ENV	0.850	0.866	
	CP	0.863	0.916	
	MD	0.786	0.861	

**\*Note:** PB= Perceived Benefit, EBB= expected business benefit, IT= integrity, CP=compatibility, MD= market demand

Sumber: Smart-PLS 4.0.9 Software

Tabel 1 memperlihatkan bahwa semua variabel dan dimensi dalam penelitian ini dinyatakan memenuhi prasyarat uji validitas konverjen dan reliabilitas, hal tersebut dibuktikan dengan setiap variabel memiliki nilai AVE > 0,5, serta nilai composite reliability > 0,7.

**Tabel 2.** Cross-Loading

	Tech	OG	ENV	HA
PB1	<b>0.833</b>	-0.122	-0.311	-0.336
PB2	<b>0.811</b>	-0.018	-0.296	-0.270
PB3	<b>0.764</b>	-0.101	-0.199	-0.244
EBB1	-0.176	<b>0.830</b>	-0.094	-0.089
EBB2	-0.201	<b>0.788</b>	-0.057	0.049
IT2	-0.051	<b>0.729</b>	-0.166	-0.141
IT3	0.132	<b>0.736</b>	-0.189	-0.216
CP1	-0.304	-0.118	<b>0.875</b>	0.862
CP2	-0.232	-0.127	<b>0.835</b>	0.828
CP3	-0.410	-0.203	<b>0.836</b>	0.850
MD1	-0.072	-0.142	<b>0.555</b>	0.393
MD3	-0.171	0.002	<b>0.624</b>	0.429
TOE1	-0.297	-0.052	0.831	<b>0.923</b>
TOE2	-0.232	-0.127	0.835	<b>0.828</b>
TOE3	-0.415	-0.159	0.824	<b>0.918</b>

Sumber: Smart-PLS 4.0.9 Software

Hasil ini mengartikan bahwa setiap indikator pada masing-masing variabel memiliki konsistensi internal yang baik dan akurasi yang tinggi. Sementara itu, berdasarkan nilai R-

square 0,873 atau 87,3% dapat dinyatakan bahwa model penelitian dinyatakan *strong impact value* karena berada diatas 0,67. Nilai dampak model ini mengartikan bahwa dalam upaya meningkatkan kesadaran masyarakat untuk adopsi halal pada produk jenis tenun di pandai sikek, para pelaku dapat meng-optimalkan implementasi dari 3 aspek TOE, karena ketiga aspek tersebut hampir mewakili seluruh (87,3%) elemen yang mempengaruhi percepatan adopsi halal pada tenun pandai sikek. Selanjutnya, untuk memastikan item indikator tersebut tidak bermakna ganda, validitas diskriminan juga telah diuji berdasarkan kriteria *cross-loading*.

Tabel 2 memperlihatkan bahwa uji validitas diskriminan dengan kriteria *cross-loading* dapat dinyatakan terpenuhi, hal ini dibuktikan oleh *line-construct value* lebih besar daripada nilai *square root* pada setiap item per variabelnya. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat disimpulkan secara uji model keseluruhan penelitian ini dapat dilanjutkan pada tahap berikutnya. Tahapan setelah uji model merupakan pengujian *Path-analysis*, yaitu pengujian yang bertujuan untuk melihat korelasi dan pengaruh antar hubungan, dan diperlihatkan pada tabel 3 dibawah ini.

**Tabel 3.** Path Analysis

	Original sample (O)	T-values	P values
Technology -> Halal Adoption	-0.042	0.516	0.606
Organization -> Halal Adoption	0.018	0.219	0.827
Environment -> Halal Adoption	0.922	17.022	0.000

Sumber: Smart-PLS 4.0.9 Software

Tabel 3 memperlihatkan hasil analisis bootstrapping dalam penelitian ini. Technology ditemukan tidak berpengaruh signifikan pada halal adoption, dengan p-value 0,606 dan t-value 0,516, hasil ini mengartikan bahwa implementasi teknologi pada sektor fesyen kain tenun pandai sikek tidak begitu dipertimbangkan dan tidak mendorong UMKM untuk mengadopsi sertifikasi halal. Hal ini disebabkan oleh mayoritas pelaku usaha berusia diatas 41 tahun, berjenis kelamin wanita dan berpendidikan SMA yang notabeneanya memiliki keterbatasan pengetahuan terhadap teknologi, dan juga cenderung memiliki stigma negative terhadap penerapan teknologi dikarenakan hal tersebut akan mempermudah dan memberi peluang pesaing untuk mereplika motif-motif andalan mereka, dan mematenkan karya-karya mereka tanpa persetujuan dan konfirmasi.

Disisi lain, hal ini juga mengindikasikan bahwa dalam industri kain tenun, aspek teknologi mungkin belum dianggap penting untuk mendorong keputusan mereka mengadopsi sertifikasi halal, dimana teknologi yang tersedia sebenarnya tidak secara langsung terkait dengan proses atau kebutuhan sektor tenun. Menurut Saleh dan Ibrahim (2021), pada tingkatan UMKM, teknologi hanya berpengaruh ketika adanya relevansi yang



sesuai dengan kebutuhan usaha secara spesifik. Jika dikaitkan dengan tenun, maka saat ini belum ada teknologi spesifik yang diadopsi dan mengarah pada relevansi halal produk tenun, terkhususnya di Nagari Pandai Sikek. Giyanti dan Indrasari (2019) juga menyatakan bahwa kompleksitas teknologi menurunkan niat adopsi. Sementara itu, Oikonomou et al (2022) juga menyatakan bahwa risiko penggunaan teknologi menghambat adopsi dikarenakan berpotensi menimbulkan kebocoran data dan pemalsuan paten secara digital.

Adopsi halal dalam industri fesyen terutama pada sektor tenun sangat membutuhkan peran organisasi untuk mendorong perkembangan yang keberlanjutannya (Bakar et al., 2023). Menurut Setiyani dan Rostiani (2021), dukungan organisasi akan membuat pemanfaatan sumberdaya menjadi lebih optimal dan efektif, hingga memenangkan pasar sasaran. Namun, pada tenun pandai sikek, aspek organisasi secara mengejutkan tidak berpengaruh signifikan terhadap adopsi halal, dengan t-value 0,827 dan p-value 0,827. Hasil ini mengartikan bahwa keterbukaan organisasi terhadap perubahan yang ada industri fesyen sektor tenun pandai sikek masih tergolong rendah, karena mayoritas pelaku UMKM merasa nyaman dengan pendapatan mereka saat ini yang tergolong tinggi secara ukuran pendapatan regional. Sehingga membuat para pelaku sulit untuk keluar dari status quo dan tidak mau mengambil resiko perubahan. Disisi lain, terlihat juga rendahnya dukungan organisasi dikarenakan anggapan bahwa adopsi halal pada produk tenun tidak signifikan dalam memberikan nilai tambah, karena stigma produk halal yang mereka ketahui hanya terfokus pada industri makanan dan minuman.

Aman et al (2022) menyatakan bahwa kesiapan organisasi sering kali menjadi penghambat adopsi sertifikasi halal di kalangan UMKM, karena dipengaruhi oleh tantangan internal seperti keterbatasan sumber daya, kurangnya pengetahuan, dan rendahnya kesadaran tentang pentingnya sertifikasi halal. Selain itu, kompleksitas prosedur dan biaya terkait sertifikasi halal juga menjadi salah satu pemicu para pelaku lebih nyaman dengan status quo mereka (Bakar et al., 2023). Games et al (2022) dalam penelitiannya juga mengungkapkan bahwa kesadaran akan keterbatasan dan kemampuan yang dimiliki organisasi tingkat UMKM akan menyulitkan mereka beradaptasi dengan hal-hal baru hingga perubahan struktural. Meskipun sertifikasi halal sebenarnya dapat meningkatkan kinerja bisnis (Sucipto et al., 2021), namun adopsi ini membutuhkan dukungan manajerial dan budaya organisasi yang adaptif terhadap inovasi (Faisal et al., 2021), yang sering kali kurang pada UMKM. Sementara itu, Games et al (2020) memberikan pendapat lain tentang penyebab organisasi kurang berminat untuk adopsi sertifikasi halal di kalangan UMKM, hal itu dikarenakan masih banyaknya pelaku UMKM yang menggunakan struktur organisasi sederhana dan tidak memiliki departemen atau tim khusus yang menangani sertifikasi dan kepatuhan regulasi.

Disisi lain, adopsi halal ditemukan secara positif dan signifikan dipengaruhi oleh aspek lingkungan dengan t-value 17,022 dan p-value 0,000. Aspek lingkungan berkaitan erat dengan tekanan eksternal, seperti permintaan pasar, regulasi pemerintah, atau tren industri yang semakin berkembang, dan hal ini terbukti dapat mendorong UMKM sektor tenun untuk melakukan adopsi sertifikasi halal. Lingkungan eksternal yang kuat dapat memaksa pelaku usaha untuk memenuhi standar halal, terutama jika pasar mengharapkan produk halal atau regulasi pemerintah yang mendorong sertifikasi tersebut (Ramadhoani, 2020). Beberapa ahli sepakat bahwa faktor tekanan eksternal merupakan faktor paling penentu untuk diadopsinya sertifikasi halal oleh UMKM (Giyanti & Indrasari, 2019; Hasnah & Harun, 2016). Faktor-faktor lingkungan memaksa UMKM untuk lebih responsif terhadap perubahan lingkungan agar tetap kompetitif dan mematuhi standar halal, serta mendorong UMKM untuk beradaptasi demi memenuhi ekspektasi konsumen. Khairumuzzaman et al (2022) juga mendukung temuan ini, mereka menegaskan bahwa faktor eksternal memengaruhi persepsi UMKM terhadap manfaat jangka panjang dan keberlanjutan usaha. Penelitian Noorliza (2022) juga menunjukkan bahwa aspek lingkungan tidak hanya meningkatkan niat adopsi, tetapi juga memperkuat persepsi manfaat sertifikasi halal sebagai strategi untuk memperluas pasar, dan meningkatkan kepercayaan konsumen (Ahmadi et al., 2019). Secara lebih luas, analisa penelitian mengemukakan faktor lingkungan juga akan mendorong para pelaku UMKM untuk mempelajari aspek teknologi dan merapikan struktur organisasi, serta meningkatkan kualitas sumber daya, karena untuk mencapai kemajuan organisasi yang kompetitif berkelanjutan, diperlukan integrasi dan pembenahan dari berbagai lini, agar terbentuknya pondasi yang kokoh dalam menghadapi pasar yang semakin kompetitif

## KESIMPULAN

Berdasarkan temuan penelitian dan pembahasan maka dapat disimpulkan bahwa adopsi halal pada industri fesyen khususnya sektor tenun merupakan hal yang masih jarang dilakukan oleh pelaku UMKM, karena mayoritas para pelaku tidak sepenuhnya memiliki pengetahuan tentang literasi halal, manfaat, sistem pengurusan, hingga potensi pasar. Upaya yang dilakukan oleh pemerintah untuk mendukung sektor ini dapat dinyatakan masih belum mendapat respon positif dari para pelaku, hal tersebut terbukti dalam temuan penelitian ini bahwa keterbukaan organisasi yang rendah terhadap inovasi dan perubahan, sejalan dengan kurangnya pemanfaatan teknologi yang sedang berkembang. Namun, adopsi halal pada sektor tenun mungkin saja terealisasi secara masif ketika para pelaku sudah dalam keadaan terpaksa karena regulasi pemerintah, tuntutan pasar, serta keinginan untuk ekspansi usaha. Oleh karena itu, penelitian ini menyarankan para pihak eksternal pemerhati sektor ini untuk memberikan sosialisasi yang berkelanjutan



tentang literasi halal, potensi pasar, dan efisiensi teknologi dalam pemasaran produk. Sehingga, nantinya program ini akan meningkatkan kesadaran para pelaku UMKM tenun untuk beradaptasi dengan perubahan, dan tetap exist dalam menjaga warisan fesyen nasional

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, H., Sadoughi, F., Gholamhosseini, L., Azadi, T., Sheikhtaheri, A., Nilashi, M., & Dehnad, A. (2019). Organizational Factors Affecting the Adoption of a Technological Innovation: A Study of the Hospital Information System (HIS). *2019 5th International Conference on Web Research, ICWR 2019*, 240–245. <https://doi.org/10.1109/ICWR.2019.8765270>
- Aman, A., Hasnain, A., & Ahmed, W. (2022). The Role of Technological, Organizational and Environmental Factors in the Adoption of Halal Warehousing. *Hamdard Islamicus*, *45*(4), 53–78. <https://doi.org/10.57144/hi.v45i4.538>
- Bakar, S. Z. A., Zamani, S. N. M., Ahmad, M. A. Bin, & Prasetyaningsih, E. (2023). Challenges in the Implementation of Halal Certification Among Small Medium Enterprises (Smes). *Russian Law Journal*, *11*(4s), 365–371. <https://doi.org/10.52783/rj.v11i4s.858>
- Bardakci, A., Kantar, M., Wood, B. P., & Kadirov, D. (2021). Servicing Modest Fashion Markets: The Case of Two Turkish Clothing Companies. *Jhsr*, *2*(1), 38–51.
- Faisal, A. S., Ma'ruf, M., Lita, R. P., & Hidayat, T. (2021). Mengukur Kinerja Pasar Melalui Elemen Inovasi pada UKM Sektor Makanan dan Minuman di Kota Padang. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, *9*(2), 130–151. <https://doi.org/10.26905/jmdk.v9i2.6078>
- Fitryani, V., Sucihati, R. N., & Sari, S. P. (2020). Analisis Strategi Pengembangan Usaha Kain Tenun Dusun Lengas Desa Poto Kecamatan Moyor Hilir. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, *8*(2), 107–115.
- Games, D., Hidayat, T., Fhardilha, J., Fernando, Y., & Sari, D. K. (2022). The Impact of Trust, Knowledge Sharing, and Affective Commitment on SME Innovation Performance. *Journal of Governance and Integrity*, *5*(2), 267–274. <https://doi.org/10.15282/jgi.5.2.2022.7184>
- Games, D., Soutar, G., & Sneddon, J. (2020). Personal values and SME innovation in a Muslim ethnic group in Indonesia innovation. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 2053–4604. <https://doi.org/10.1108/JEEE-01-2020-0008>
- Giyanti, I., & Indrasari, A. (2019). Pemodelan Struktural Niat Implementasi Standar Halal Pengusaha UKM Pangan Berdasarkan Faktor Teknologi, Organisasi, dan Lingkungan. *Jurnal Optimasi Sistem Industri*, *18*(2), 153–163. <https://doi.org/10.25077/josi.v18.n2.p153-163.2019>
- Gotteland, D., Shock, J., & Sarin, S. (2020). Strategic orientations , marketing proactivity and firm market performance. *Industrial Marketing Management*, October 2016, 1–11. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2020.03.012>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis* (Seventh). Pearson Prentice Hall.
- Hair, J. F., Celsi, M., Money, A., Samouel, P., & Page, M. (2015). The essentials of business research methods: Third Edition. *The Essentials of Business Research Methods: Third Edition*, 1–494. <https://doi.org/10.4324/9781315716862>
- Hasnah, S. H., & Harun, H. (2016). Factors influencing fashion consciousness in hijab fashion consumption among hijabistas. *Journal of Islamic Marketing*, *4*(1), 2013–2014.
- Hermanto, K., Altarisi, S., & Utami, S. F. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Tenun Kre Alang

- Menggunakan Analisis Swot Dan Bauran Pemasaran. *Jurnal Industri Pariwisata*, 5(1), 38–50. <https://doi.org/10.36441/pariwisata.v5i1.985>
- Hidayat, T., Fahmy, R., Sari, D. K., Mergeresa, F., & Fernando, Y. (2021). COVID 19 Outbreak Effect on Leadership, Job Satisfaction, And Turnover Intention: A Mediating Model of Indonesian Banking Sector. *International Journal of Industrial Management*, 10(1), 113–128. <https://doi.org/10.1.2021.6011>
- Noorliza, K. (2022). Contributions to Management Science Strategic Islamic Marketing A Roadmap for Engaging Muslim Consumers. *Springer*, June. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-98160-0>
- Oikonomou, M., Kopanaki, E., & Georgopoulos, N. (2022). Readiness Analysis for IT Adoption in the Hotel Industry. *Journal of Tourism and Leisure Studies*, 7(1), 23–42. <https://doi.org/10.18848/2470-9336/cgp/v07i01/23-42>
- Ramadhoani, V. P. (2020). Pengaruh lingkungan kerja, self efficacy, work-family conflict, dan employee engagement terhadap turnover intention pegawai kantor badan sar nasional mataram. *Forum Ekonomi*, 22(1), 82–94.
- Rimayanti, R. (2022). Industri Halal Dan Muslim Kelas Menengah: Peluang Dan Tantangan. *JEPP : Jurnal Ekonomi Pembangunan Dan Pariwisata*, 2(2), 64–74. <https://doi.org/10.52300/jepv.v2i2.5473>
- Saleh, N., & Ibrahim, I. (2021). Intention Factors of Adoption Halalan Toyyiban Risk Management Plan: Between Technology, Organizational, Environment and Halal Awareness as Mediator. *International Review of Management and Business Research*, 10(3), 42–52. [https://doi.org/10.30543/10-3\(2021\)-4](https://doi.org/10.30543/10-3(2021)-4)
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach*, 6th Edition.
- Sekarsari, P. R., & Puspitasari, C. (2020). Penerapan Tenun Tapestri Sebagai Elemen Dekoratif pada Produk Muslim Fashion. *Jurnal Desain Idea: Jurnal Desain Produk Industri Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya*, 19(2), 42. [https://doi.org/10.12962/iptek\\_desain.v19i2.7941](https://doi.org/10.12962/iptek_desain.v19i2.7941)
- Setiyani, L., & Yeny Rostiani. (2021). Analysis of E-Commerce Adoption by SMEs Using the Technology - Organization - Environment (TOE) Model: A Case Study in Karawang, Indonesia. *International Journal of Science, Technology & Management*, 2(4), 1113–1132. <https://doi.org/10.46729/ijstm.v2i4.246>
- Sucipto, S., Hidayati, L., Perdani, C. G., & Hasanah, N. (2021). Traceability of Halal Control Point in Material, Production, and Serving to Support Halal Certification in Universitas Brawijaya Canteen. *Indonesian Journal of Halal Research*, 3(2), 75–86. <https://doi.org/10.15575/ijhar.v3i2.11401>
- Tomas M. Hult, Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2015). A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM). *International Journal of Research & Method in Education*, 38(2), 220–221. <https://doi.org/10.1080/1743727x.2015.1005806>