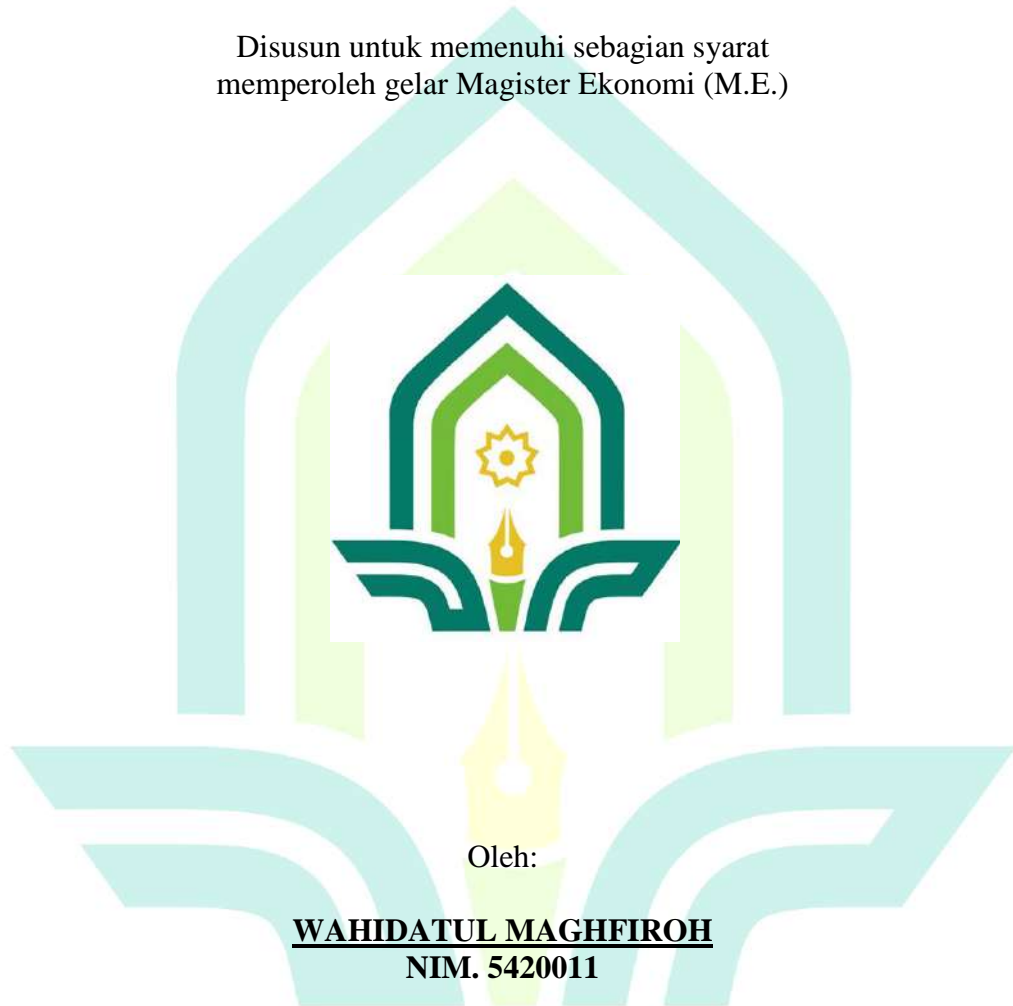


**ANALISIS DAMPAK TREND HALAL FASHION
TERHADAP EKONOMI KREATIF
(STUDI HALAL SUPPLY CHAIN PRODUK BATIK
PEKALONGAN)**

TESIS

Disusun untuk memenuhi sebagian syarat
memperoleh gelar Magister Ekonomi (M.E.)



Oleh:

WAHIDATUL MAGHFIROH
NIM. 5420011

**PROGRAM STUDI
MAGISTER EKONOMI SYARIAH
PASCASARJANA
UIN K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2022**

**ANALISIS DAMPAK TREND HALAL FASHION
TERHADAP EKONOMI KREATIF
(STUDI HALAL SUPPLY CHAIN PRODUK BATIK
PEKALONGAN)**

TESIS

Disusun untuk memenuhi sebagian syarat
memperoleh gelar Magister Ekonomi (M.E.)



Oleh:

WAHIDATUL MAGHFIROH
NIM. 5420011

Pembimbing:

Dr. HENDRI HERMAWAN ADINUGRAHA, M.S.I
NIP. 198703112019081001

Dr. ALI MUHTAROM, M.H.I
NIP.198504052019031007

**PROGRAM STUDI
MAGISTER EKONOMI SYARIAH
PASCASARJANA
UIN K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2022**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Wahidatul Maghfiroh
NIM : 5420011
Program Studi : Magister Ekonomi Syari'ah
Judul Tesis : ANALISIS DAMPAK *TREND HALAL FASHION* TERHADAP
EKONOMI KREATIF (STUDI *HALAL SUPPLY CHAIN*
PRODUK BATIK PEKALONGAN)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam tesis yang berjudul “ANALISIS DAMPAK *TREND HALAL FASHION* TERHADAP EKONOMI KREATIF (STUDI *HALAL SUPPLY CHAIN* PRODUK BATIK PEKALONGAN) secara keseluruhan adalah asli hasil karya/ penelitian sendiri dan bukan plagiasi dari karya/penelitian orang lain, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk atau dikutip dari sumbernya.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa tesis ini adalah hasil plagiasi, penulis bersedia memperoleh sanksi akademik dengan dicabut gelarnya.

Pekalongan, 3 November 2022

Yang menyatakan



Wahidatul Maghfiroh

NIM 5420011

NOTA DINAS PEMBIMBING

Hal : Permohonan Sidang Tesis

Kepada :

Yth. Rektor UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan

c.q. Direktur Pascasarjana UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan

Assalamualaikum Wr. Wb.

Setelah memeriksa, mengarahkan dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka selaku pembimbing kami menyatakan bahwa naskah tesis saudara :

Nama : WAHIDATUL MAGHFIROH

NIM : 5420004

Program Studi : Magister Ekonomi Syariah

Semester : V (lima)

Judul : ANALISIS PENGARUH *TREND MODE HALAL* TERHADAP EKONOMI KREATIF (STUDI *HALAL SUPPLY CHAIN* PRODUK BATIK PEKALONGAN)

Telah dapat diajukan kepada Direktur Pascasarjana UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan untuk segera disidang dalam rangka memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Magister Ekonomi.

Demikian atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. W.b.

Pekalongan, 30 Oktober 2022

Pembimbing I



Dr. Hendri Hermawan Adinugraha, M.S.I
NIP. 198703112019081001



Pembimbing II



Dr. Ali Muhtarom, M.H.I
NIP.198504052019031007

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS

Nama : Wahidatul Maghfiroh
NIM : 5420011
Program Studi : Magister Ekonomi Syariah
Judul : Analisis Pengaruh Trend Mode Halal Terhadap
Ekonomi Kreatif (Studi *Halal Supply Chain* Produk
Batik Pekalongan)

No	Nama	Tanda tangan	Tanggal
1	Dr.Hendri Hermawan Adinugraha, M.S.I Pembimbing I		30/10 ²²
2	Dr. Ali Muhtarom, M.H.I Pembimbing II		30/10 ²²

Pekalongan, 30 Oktober 2022

Mengetahui :
Ketua Program Studi Magister Ekonomi
Syariah



Dr. Ali Muhtarom, M.H.I
NIP. 198504052019031007



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
PASCASARJANA**

Jalan Kusuma Bangsa Nomor 9 Pekalongan Kode Pos 51141 Telp. (0285) 412575
www.pps.uingusdur.ac.id email: pps@uingusdur.ac.id

PENGESAHAN

Pascasarjana Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
mengesahkan tesis saudara:

Nama : WAHIDATUL MAGHFIROH

NIM : 5420011

Program Studi : Magister Ekonomi Syariah

Judul : ANALISIS DAMPAK *TREND HALAL FASHION* TERHADAP
EKONOMI KREATIF (STUDI *HALAL SUPPLY CHAIN* PRODUK
BATIK PEKALONGAN)

Pembimbing : 1. Dr. HENDRI HERMAWAN ADINUGRAHA, M.S.I.

2. Dr. ALI MUHTAROM, M.H.I.

yang telah diujikan pada hari Rabu, 02 November 2022 dan dinyatakan lulus.

Pekalongan, 04 November 2022

Sekretaris Sidang,

Ketua Sidang,

Dr. ALI MUHTAROM, M.H.I.
NIP. 19850405 201903 1 007

Penguji Anggota,

Dr. KUAT SMANTO, M.Ag.
NIP. 19791205 200912 1 001

Prof. Dr. H. ADE DEDI ROHAYANA, M.Ag.
NIP. 19710115 199803 1 005

Penguji Utama,

Dr. H. TAMAMUDIN, S.E., M.M.
NIP. 19791030 200604 1 018



Direktur,

Prof. Dr. H. ADE DEDI ROHAYANA, M.Ag.
NIP. 19710115 199803 1 005

**PERSETUJUAN TIM PENGUJI
UJIAN TESIS**

Tesis berjudul : ANALISIS DAMPAK *TREND HALAL FASHION* TERHADAP EKONOMI
KREATIF (STUDI *HALAL SUPPLY CHAIN* PRODUK BATIK
PEKALONGAN)

Nama : WAHIDATUL MAGHFIROH

NIM : 5420011

Program Studi : Magister Ekonomi Syariah

Telah disetujui tim penguji ujian,

Ketua :

Prof. Dr. H. ADE DEDI ROHAYANA, M.Ag. (.....)

Sekretaris :

Dr. ALI MUHTAROM, M.H.L. (.....)

Penguji Utama :

Dr. H. TAMAMUDIN, S.E., M.M. (.....)

Penguji Anggota :

Dr. KUAT ISMANTO, M.Ag. (.....)

Diuji di Pekalongan pada tanggal 2 November 2022

Waktu : Pukul 07.30-09.00 wib

Hasil/ nilai : 86 / A

Predikat kelulusan : Sangat Memuaskan

PERSEMBAHAN

Tesis ini saya persembahkan untuk:

- + Kedua orang tua saya, yang telah membesarkan saya penuh dengan kasih sayang serta mendidik saya menjadi pribadi yang mandiri. Terimakasih untuk untaian do'a tulus yang tiada henti. Kini telah kubuktikan, bahwa anak seorang pedagang es batu bisa menyelesaikan studi magisternya.*
- + Untuk suami tercinta, yang selalu mendukung istrinya dalam menyelesaikan studi magisternya, serta membantu secara materi ataupun non materi dalam menyelesaikan tesis ini. Kesabarannya mengantarkan saya dalam menyelesaikan tesis ini.*
- + Anakku, Nibros Munaya yang baru genap 1 tahun. Terimakasih sudah ikut berjuang bersama sejak dalam kandungan hingga saat ini.*
- + Keluarga besar Pengelola Pascasarjana UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan yang telah memberikanku banyak ilmunya serta pengalaman yang luar biasa.*
- + Bapak Ibu Dosen Pascasarjana, terkhusus untuk pembimbing saya Bapak Dr. Hendri Hermawan Adinugraha, M.Si dan Bapak Dr. Ali Muhtarom, M.H.I yang telah membantu membimbing saya menyelesaikan tesis ini.*
- + Teman-teman angkatan I Pascasarjana Ekonomi Syariah yang selalu saling mendukung satu sama lain serta telah banyak membantu ketika saya mengalami kesulitan.*
- + Sahabat-sahabat saya yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, serta teman-teman saya Anik Maghfiroh, Dewi Fatkhaturrizqia, dan Apdu Rizal B yang telah berkenan membantu proses penelitian saya.*
- + Dan Keluarga Besar ITSNU Pekalongan, yang memberikan saya banyak pelajaran, sehingga saya mampu bertahan sampai tesis ini selesai.*

MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا كُلُوا مِن طَيِّبَاتِ مَا رَزَقْنَاكُمْ وَاشْكُرُوا لِلَّهِ إِن كُنتُمْ إِيَّاهُ تَعْبُدُونَ

“Hai orang-orang yang beriman, makanlah di antara rezeki yang baik-baik yang Kami berikan kepadamu dan bersyukurlah kepada Allah, jika benar-benar kepada-Nya kamu menyembah.”

QS. Al-Baqarah : 172

يَا بَنِي آدَمَ قَدْ أَنزَلْنَا عَلَيْكُمْ لِبَاسًا يُؤَارِي سَوَاتِكُمْ وَرِيثًا وَلِبَاسُ التَّقْوَىٰ ذَٰلِكَ خَيْرٌ ذَٰلِكَ مِن آيَاتِ اللَّهِ لَعَلَّهُمْ يَذَّكَّرُونَ

“Wahai anak cucu Adam! Sesungguhnya Kami telah menyediakan pakaian untuk menutupi auratmu dan untuk perhiasan bagimu. Tetapi pakaian takwa, itulah yang lebih baik. Demikianlah sebagian tanda-tanda kekuasaan Allah, mudah-mudahan mereka ingat.”

QS. Al’A’rof : 26

ABSTRAK

Wahidatul Maghfiroh, NIM. 5420011. 2022. Analisis Dampak *Trend Halal Fashion* Terhadap Ekonomi Kreatif (Studi *Halal Supply Chain* Produk Batik Pekalongan). Tesis Magister Ekonomi Syari'ah, Program Pascasarjana Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Pembimbing: (1) **Dr. Hendri Hermawan Adinugraha, M.S.I.** (2) Dr. Ali Muhtarom, M.H.I.

Kata Kunci: *Halal Supply Chain, Trend Mode Halal, Halal Fashion, Batik*

Pertumbuhan cabang industri fashion mengalami pertumbuhan signifikan di tahun 2019 sebesar 6,62% dari tahun 2018. Bahkan Indonesia dicanangkan sebagai Kiblat Fashion Muslim Dunia tahun 2020. Namun, hal ini tidak sebanding dengan data produk sandang bersertifikasi halal sebanyak 16 produk di Indonesia, 14 diantaranya adalah Batik. Adanya kenaikan konsumsi produk halal di Indonesia, juga tidak diimbangi dengan meningkatnya produk bersertifikasi halal. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *trend* mode halal terhadap ekonomi kreatif pada produk batik di Pekalongan, menganalisis *trend* mode halal berpengaruh terhadap ekonomi kreatif pada produk batik di Pekalongan, serta menganalisis alur *halal supply chain* pada produk batik di Pekalongan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian *survey research*. Data didapat dari data primer yaitu hasil wawancara dari pemilik AM Batik Tulis Pekalongan, Risky Batik, dan Batik Eljava. Data sekunder didapat dari dokumentasi proses produksi batik di 3 tempat tersebut. Analisis yang digunakan adalah model Miles dan Huberman, serta keabsahan data menggunakan metode triangulasi data.

Penelitian ini menghasilkan temuan sebagai berikut: (1) adanya *trend halal fashion* mempengaruhi proses produksi Risky Batik dan Batik Eljava. Sedangkan pada AM Batik Tulis Pekalongan tidak berpengaruh. (2) Faktor permintaan konsumen terhadap produk halal menjadi alasan utama dalam perubahan proses produksi. (3) Alur *Halal Supply Chain* Batik di ketiga pengusaha batik tersebut tidak ditemukan adanya penggunaan barang non halal.

ABSTRACT

Wahidatul Maghfiroh, NIM. 5420011. 2022. Analysis of the Impact of Halal Fashion Trends on the Creative Economy (Study of Halal Supply Chain of Batik Pekalongan Products). Master's Thesis on Sharia Economics, Postgraduate Program at the State Islamic University K. H. Abdurrahman Wahid of Pekalongan. Supervisor: (1) Dr. Hendri Hermawan Adinugraha, M.S.I. (2) Dr. Ali Muhtarom, M.H.I.

Keywords: Halal Supply Chain, Halal Fashion Trend, Halal Fashion, Batik

The growth of the fashion industry branch experienced significant growth in 2019 by 6.62% from 2018. Even Indonesia was declared the World Muslim Fashion Qibla in 2020. However, this is not comparable to the data on 16 halal-certified clothing products in Indonesia, 14 of them is Batik. The increase in consumption of halal products in Indonesia is also not matched by the increase in halal-certified products. This study aims to determine the effect of halal fashion trends on the creative economy of batik products in Pekalongan, analyze the effect of halal fashion trends on the creative economy of batik products in Pekalongan, and analyze the flow of halal supply chain on batik products in Pekalongan.

This research uses a qualitative approach with the type of survey research. Data obtained from primary data, namely the results of interviews with the owners of AM Batik Tulis Pekalongan, Risky Batik, and Batik Eljava. Secondary data obtained from the documentation of the batik production process in these 3 places. The analysis used is the Miles and Huberman model, and the validity of the data using the data triangulation method.

This research produces the following findings: (1) the existence of a halal fashion trend affects the production process of Risky Batik and Eljava Batik. Meanwhile, in AM, Batik Tulis Pekalongan had no effect. (2) The factor of consumer demand for halal products is the main reason for changes in the production process. (3) The flow of Halal Supply Chain Batik in the three batik entrepreneurs did not find any use of non-halal goods.

PEDOMAN TRANSLITERASI

Berdasarkan surat keputusan bersama Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI Nomor : 158/1987 dan 0543 b/U/1987, tanggal 22 Januari 1998.

I. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif		
ب	ba'	B	Be
ت	ta'	T	Te
ث	sa'	Ś	s (dengantitikdiatas)
ج	Jim	J	Je
ح	ha'	ḥ	ha (dengantitikdibawah)
خ	Kha	Kh	kadan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	z	zet (dengantitikdiatas)
ر	ra'	R	Er
ز	Z	Z	Zet
س	S	S	Es
ش	Sy	Sy	esdan ye
ص	Sad	ṣ	es (dengantitikdibawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengantitikdibawah)
ط	T	ṭ	te (dengantitikdibawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengantitikdibawah)
ع	'ain	‘	komaterbalik (diatas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	M	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Waw	W	We
هـ	ha'	Ha	Ha
ء	Hamzah	~	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

II. Konsonan Rangkap

Konsonan rangkap yang disebabkan oleh *syaddah* ditulis rangkap.

Contoh : نزل = *nazzala*

بيهنّ = *bihinna*

III. Vokal Pendek

Fathah (o`_) ditulis a, *kasrah* (o_) ditulis I, dan *dammah* (o _) ditulis u.

IV. Vokal Panjang

Bunyi a panjang ditulis a, bunyi I panjang ditulis i, bunyi u panjang ditulis u, masing-masing dengan tanda penghubung (~) di atasnya.

Contoh :

1. Fathah + alif ditulis a, seperti فلا ditulis *fala*.
2. Kasrah + ya' mati ditulis I seperti تفصيل: ditulis *tafsil*.
3. Dammah + wawu mati ditulis u, seperti أصول, ditulis *usul*.

V. Vokal Rangkap

1. Fathah + ya' mati ditulis ai الزهيلي ditulis *az-Zuhaili*
2. Fathah + wawu ditulis au الدولة ditulis *ad-Daulah*

VI. Ta' Marbutah di akhir kata

1. Biladimatikanditulis ha. Kata inidakdiperlakukanterhadaparab yang sudahdiserapkedalambahasa Indonesia sepertishalat, zakat dansebagainyakecualibiladikendaki kata aslinya.
2. Biladisambungdengan kata lain (frase), ditulis h, contoh: بداية الهدايةditulis*bidayah al-hidayah*.

VII. Hamzah

1. Bilaterletakdiawal kata, makaditulisberdasarkanbunyi vocal yang mengiringinya, sepertiأنditulis*anna*.
2. Bilaterletakdiakhir kata, makaditulisdengan lambing apostrof,(,) sepertiشيئditulis*syai,un*.
3. Bilaterletakditengah kata setelah vocal hidup, makaditulis sesuaidenganbunyivokalnya, sepertiربائبditulis*raba'ib*.
4. Bilaterletakditengah kata dandimatikan, makaditulisdengan lambing apostrof(,) sepertiتاخذونditulis*ta'khuzuna*.

VIII. Kata Sandang Alif + Lam

1. Biladitulis hurufqamariyahditulis al, sepertiالبقرةditulis*al-Baqarah*.
2. Biladiikutihurufsyamsiyah, huruf 'I' digantidenganhurufsyamsiyah yang bersangkutan, sepertiالنساءditulis*an-Nisa'*.

IX. Penulisan Kata-kata Sandang dalam Rangkaian Kalimat

Dapatditulismenurutbunyiataupengucapannyadanmenurutpenulisannya, seperti : ذوي الفرودditulis*zawi al-furud*atau أهل السنة ditulis*ahlu as-sunnah*.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Puji dan syukur Alhamdulillah terpanjatkan kehadiran Allah SWT yang telah dan senantiasa melimpahkan rahmat, inayah dan hidayah-Nya kepada kita semua. Shalawat teriring salam semoga senantiasa dan selalu terlimpah kepada Junjungan Agung Nabi Muhammad SAW beserta keluarga, para sahabat, tabi'in, tabi'it tabi'in dan para pengikut setia beliau hingga akhir zaman, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan tesis ini dengan judul "**Analisis Dampak Trend Halal Fashion Terhadap Ekonomi Kreatif (Studi Halal Supply Chain Produk Batik Pekalongan)**" sebagai syarat untuk mendapat gelar Magister Pascasarjana Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
2. Bapak Prof. Dr. H. Ade Dedi Rohayana, M.Ag selaku Direktur Pascasarjana Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
3. Bapak Dr. Ali Muhtarom, M.H.I selaku ketua Program Studi Ekonomi Syari'ah Pascasarjana Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
4. Bapak **Dr. Hendri Hermawan Adinugraha, M.S.I** selaku Pembimbing I yang dengan penuh dedikasi telah berkenan meluangkan waktu untuk memberikan arahan dan bimbingan, dan buah pikirannya dalam tesis ini.
5. Bapak Dr. Ali Muhtarom, M.H.I selaku Pembimbing II yang dengan penuh dedikasi telah berkenan meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, dan arahnya dalam tesis ini.
6. Pemilik usaha AM Batik Tulis Pekalongan, Risky Batik, Batik Eljavaseta Bapak Khoirul Furqon selaku Satgas Halal Kab. Pekalongan atas izin, kesempatan, bantuan, serta kerjasamanya yang baik sehingga penelitian ini dapat berjalan dengan lancar.

7. Segenap Dosen dan Staff Pascasarjana Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
8. Orang tuaku Bapak Muhi dan Ibu Uswatun Khasanah.
9. Suamiku tercinta M. Haikal Hadiyatullah, M.H yang selalu mendoakan, mendukung dan membantu proses penelitian ini.
10. Anakku tersayang Nibros Munaya yang cerdas.
11. Adekku M. Faza Qowamudin.

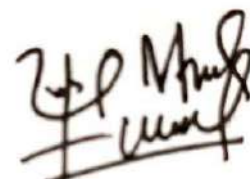
Kiranya tiada ungkapan yang paling indah yang dapat penulis haturkan selain iringan do'a Jazakumullahu Khoirol Jaza', semoga bantuan dukungan yang telah di berikan mendapat balasan yang berlipat ganda dari Allah SWT. Amin.

Penulis menyadari tiada gading yang tak retak, begitupun kiranya Tesis ini masih jauh dari sempurna, sumbang pikir dan koreksi sangat bermanfaat dalam menyempurnakan Tesis ini. Akhirnya penulis berharap semoga tesis ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Amin.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Pekalongan, 3 November 2022

Penulis,



WAHIDATUL MAGHFIROH

NIM. 5420011

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	Perkembangan Pengolahan Nonmigas tahun 2015-2019 bagi cabang Industri dari tahun 2010	1
1.2	Data Jenis Produk Sandang Bersertifikasi Halal	4
1.3	Persamaan dan Perbedaan	13
1.4	Tahapan <i>Halal Supply Chain</i>	20
4.1	Pengaruh Trend Fashion Halal terhadap Produk Batik di Pekalongan	96
4.2	Proses Halal Supply Chain AM Batik Tulis Pekalongan	103
4.3	Proses Halal Supply Chain Risky Batik	112
4.4	Proses Halal Supply Chain Batik Eljava	122

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1.1	Kerangka Berfikir	21
2.1	Tahapan Rantai Pasok	48
2.2	Model Rantai Pasok Halal	51
4.1	Tahapan <i>Halal Supply Chain</i> AM Batik Tulis	102
4.2	Tahapan <i>Halal Supply Chain</i> Risky Batik	111
4.3	Tahapan <i>Halal Supply Chain</i> Batik Eljava	121

DAFTAR LAMPIRAN

No.	Judul	Halaman
1.	Draft Wawancara Pengusaha Batik	155
2.	Draft Wawancara Kemenag Kabupaten Pekalongan	156
3.	Dokumentasi	157
4.	Surat Penelitian	150
5.	Daftar Riwayat Hidup	160

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL PERTAMA	i
HALAMAN JUDUL KEDUA	ii
PERNYATAAN KEASLIAN	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iv
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS	v
LEMBAR PENGESAHAN	vi
LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI	vii
TRANSLITERASI	viii
PERSEMBAHAN	xi
MOTTO	xii
ABSTRAK	xiii
KATA PENGANTAR	xv
DAFTAR ISI	xx
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	7
D. Penelitian Terdahulu.....	8
E. Kerangka Teoritik.....	15
F. Kerangka Berpikir	21
G. Metode Penelitian	22
H. Sistematika Pembahasan	27
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Mode Halal/ <i>Halal Fashion</i>	30
1. Definisi Mode Halal	30
2. Indikator Halal Fashion	31
3. Perkembangan Halal Fashion	33
B. Ekonomi Kreatif	35
1. Definisi Ekonomi Kreatif	35
2. Subsektor Ekonomi Kreatif	36
3. Pengembangan Ekonomi Kreatif	41
C. <i>Halal Supply Chain</i>	44
1. Definisi <i>Halal Supply Chain</i>	44
2. Indikator <i>Halal Supply Chain</i>	48
3. Perkembangan <i>Halal Supply Chain</i>	52
BAB III GAMBARAN UMUM	
A. Gambaran Umum AM Batik Tulis	55
1. Profil Usaha	55

	2. Lokasi Usaha	57
	3. Struktur Organisasi	57
	4. Bentuk Produk	59
	5. Omzet dan Keuntungan	59
	6. Proses Produksi.....	60
	7. Pengaruh Trend Mode Halal.....	64
	8. Sertifikasi Halal	64
	B. Gambaran Umum Risky Batik.....	65
	1. Profil Usaha	65
	2. Lokasi Usaha	66
	3. Struktur Organisasi	66
	4. Bentuk Produk	68
	5. Omzet dan Keuntungan	69
	6. Proses Produksi	70
	7. Pengaruh Trend Mode Halal	75
	8. Sertifikasi Halal	76
	C. Gambaran Umum Batik Eljava	76
	1. Profil Usaha	76
	2. Lokasi Usaha	77
	3. Struktur Organisasi	77
	4. Bentuk Produk.....	79
	5. Omzet dan Keuntungan	79
	6. Proses Produksi	80
	7. Pengaruh Trend Mode Halal	86
	D. Sertifikasi Halal menurut Kemenag Kab. Pekalongan.....	86
BAB IV	PEMBAHASAN	
	A. Pengaruh <i>Trend Halal Fashion</i> terhadap Ekonomi Kreatif pada Produk Batik di Pekalongan.....	88
	1. Dampak <i>Trend Halal Fashion</i> terhadap AM Batik.....	88
	2. Dampak <i>Trend Mode Halal</i> terhadap Risky Batik.....	91
	3. Dampak <i>Trend Mode Halal</i> terhadap Batik Eljava	93
	B. Analisis <i>Trend Halal Fashion</i> Mempengaruhi Ekonomi Kreatif pada Produk Batik di Pekalongan	96
	C. Alur Halal Supply Chain pada Produk Batik di Pekalongan	101

BAB V	PENUTUP	
	A. Kesimpulan.....	131
	B. Saran-Saran.....	138
	C. Implikasi Teori	138
	DAFTAR PUSTAKA	140
	LAMPIRAN-LAMPIRAN	149
	DOKUMENTASI GAMBAR.....	157
	SURAT KETERANGAN PENELITIAN.....	150
	BIODATA PENULIS	160

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Pertumbuhan bidang mode/*fashion* di Indonesia telah berkembang di dekade terakhir.¹ Berikut data perkembangan pengolahan nonmigas tahun 2015-2019 bagi cabang Industri dari tahun 2010.

Tabel 1.1
Perkembangan Pengolahan Nonmigas tahun 2015-2019 bagi
cabang Industri dari tahun 2010 (%)

No.	Lapangan Usaha	2015	2016	2017	2018	2019
1	Industri makanan dan minuman	7,54	8,33	9,23	7,91	7,78
2	Industri pengolahan tembakau	6,24	1,58	-0,64	3,52	3,36
3	Industri tekstil dan pakaian jadi	-4,79	-0,09	3,83	8,73	15,35
4	Industri kulit, barang dari kulit dan alas kaki	3,97	8,36	2,22	9,42	-0,99
5	Industri kayudan gabus, industri anyaman bambu, rotan dan sejenisnya	-1,63	1,74	0,13	0,75	-4,55
6	Industri kertas, percetakan dan reproduksi media rekaman	-0,16	2,61	0,33	1,43	8,86
7	Industri kimia, farmasi dan obat tradisional	7,61	5,84	4,53	-1,42	8,48
8	Industri karet dan plastic	5,04	-8,50	2,47	6,92	-5,52
9	Industri barang galian nonlogam	6,03	5,47	-0,86	2,75	-1,03
10	Industri logam dasar	6,21	0,99	5,87	8,99	2,83
11	Industri barang logam, komputer, barang elektronik, optik, dan peralatan listrik	7,83	4,33	2,79	-0,61	-0,51
12	Industri mesin dan perlengkapan	7,58	5,05	5,55	9,49	-4,13
13	Industri alat angkutan	2,40	4,52	3,68	4,24	-3,43
14	Industri furniture	5,17	0,46	3,65	2,22	8,35
15	Industri pengelohan jasa reparasi dan pemasangan	4,66	-3,04	-1,68	-0,83	5,17

Sumber: Jurnal Manajemen Indonesia, 2014

¹Gevin Sepria Harly and Damayanti Octavia, "Pengaruh Endorsement Fashion Blogger Terhadap Minat Beli Merek Lokal Pada Tahun 2013 – 2014 (Studi Kasus Pada Fashion Blogger Evita Nuh)," *Jurnal Manajemen Indonesia* 14 (2014), <https://journals.telkomuniversity.ac.id/ijm/article/view/358/254>, hlm. 140.

Dari tabel 1.1 dapat diketahui bahwa cabang industri yang mengalami pertumbuhan signifikan di tahun 2019 adalah industri tekstil dan pakaian jadi dengan kenaikan sebesar 6,62% dari tahun 2018. Data ini menyatakan bahwa pertumbuhan dunia *fashion* di Indonesia menghadapi pertumbuhan setiap tahunnya, dimana bermacam-macam model dan jenis pakaian terus bermunculan serta disambut hangat oleh masyarakat.²

Salah satu jenis *fashion* yang perkembangannya sangat pesat adalah mode halal (*halal fashion*). Bahkan Indonesia telah dinyatakan sebagai kiblat *halal fashion* dunia pada tahun 2020, sebagaimana disampaikan oleh *Indonesia Islamic Fashion Consortium (IIFC)*. Pernyataan ini didukung fakta bahwa industri *fashion* muslim di Indonesia telah mengalami perkembangan dua dekade terakhir.³

Fashion muslim dimaknai juga sebagai *halal fashion*. Sebagaimana di dalam Islam menyebutkan bahwa *halal fashion* adalah pakaian yang sesuai dengan standar Islam tentang keamanan, kesopanan, kebersihan, kenyamanan pemakaian.⁴ Namun, kehalalan suatu produk tidak hanya berhenti pada bentuk produknya saja, tetapi juga harus dilihat dari bahan baku sampai proses distribusinya sebagaimana dijelaskan dalam UU No. 33

²Pusat Data Kementerian Perindustrian, *Rencana Strategis Kementerian Perindustrian Tahun 2020-2024* (Jakarta, 2020), <https://www.kemenperin.go.id/download/25739/Renstra-Pusdatin-2020-2024>.

³Pusat Data Kementerian Perindustrian, "Kemenperin: Perluas Pasar Industri Fesyen Dalam Negeri Lewat Indonesia Fashion Week 2018," 9/11/2018 (Jakarta Selatan, 2018), <https://www.kemenperin.go.id/artikel/4051/Mimpi-Indonesia:-Kiblat-Fashion-Muslim-Dunia>.

⁴Eli Sumarlah et al., "The Impact of Customer Halal Supply Chain Knowledge on Customer Halal Fashion Purchase Intention," *Information Resources Management Journal* 34, no. 3 (2021), hlm. 79.

tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal bahwa proses sertifikasi halal melalui tahap pengecekan bahan sampai proses produksinya.

Proses kehalalan suatu produk mulai dari bahan baku sampe proses distribusi dikenal dengan istilah *halal supply chain*. *Halal supply chain* adalah kegiatan rantai pasokan dari bahan baku, pasokan, gudang, pengadaan manajemen pesananan, sampai proses distribusi. *Halal supply chain* ini juga menjadi bagian penting dalam proses sertifikasi halal suatu produk, sehingga produk dikatakan halal tidak hanya halal *li dzatihi* (halal dzatnya) dan halal *li ghairihi* (halal cara memperolehnya), tetapi juga halal cara pengolahannya.⁵ Di dalam ekonomi, proses tersebut dinamakan *halal supply chain*.

Halal Supply Chain adalah serangkaian aktivitas barang dan jasa yang saling berkaitan mulai dari pemasok, bahan, gudang, distribusi sampai proses ke konsumen dengan tetap menjamin kehalalan produk. Sedangkan *Halal Supply Chain Management* merupakan manajemen jaringan halal dengan tujuan untuk memperpanjang jaminan halal dari sumbernya sampai ke pembeli sehingga kehalalan produk dapat terjamin.⁶

Pemerintah membentuk Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) untuk mendukung pertumbuhan ekosistem *halal supply chain* di Indonesia. Tahun 2019, BPJPH mewajibkan produk makanan dan minuman. Selanjutnya, pada tahun 2021 BPJPH mewajibkan produk

⁵Aisyah Isnaeni, "Implementasi Halal Supply Chain Management Pada Indsutri Pengolahan Makanan (Studi Kasus : Restoran Taman Pringsewu Yogyakarta)," *Uii*, 2020, dspace.uui.ac.id.

⁶M. Tieman, J. G. A. J. van Vorst, and M. Ghazali, "Principles in Halal Supply Chain Management," *Journal of Islamic Marketing (JIMA)* 3, no. 3 (2012), <https://doi.org/10.1108/17590831211259727%0D>, hlm. 217.

kosmetik, obat, barang gunaan, produk biologi, kimia, rekayasa genetika, perdagangan, distribusi, penjualan dan penyajian produk agar bersertifikasi halal.⁷

Data jumlah produk bersertifikasi halal di Indonesia per tanggal 6 September 2022 dengan jenis produk sandang berjumlah 16. Adapun rincinannya sebagai berikut:⁸

Tabel1.2
Data Jenis Produk Sandang Bersertifikasi Halal

No.	Jenis Produk	Pelaku usaha	Nama produk
1.	Sandang	Central Georgette Nusantara	Kain Rajut Stretch Polyester
2.	Sandang	Central Georgette Nusantara	Kain Rajut Polyester
3.	Sandang	Budi Iriyanto	Batik Cap Alam
4.	Sandang	Budi Iriyanto	Batik Cap Sintetis
5.	Sandang	Budi Iriyanto	Batik Tulis Alam
6.	Sandang	Budi Iriyanto	Batik Tulis Cap Alam
7.	Sandang	Budi Iriyanto	Batik Tulis Sintetis
8.	Sandang	Lestari Kusumawati	Batik Cap Alam
9.	Sandang	Lestari Kusumawati	Batik Cap Sintetis
10.	Sandang	Lestari Kusumawati	Batik Tulis Alam
11.	Sandang	Lestari Kusumawati	Batik Tulis Sintetis
12.	Sandang	Firman Sauqi	Batik Cap Sintetis
13.	Sandang	Firman Sauqi	Batik Kombinasi (Cap dan Tulis)
14.	Sandang	Firman Sauqi	Batik Tulis Cap Alam
15.	Sandang	Firman Sauqi	Batik Tulis Sintetis
16.	Sandang	Firman Sauqi	Batik Tulis Alam

Sumber: BPJPH Kemenag RI, 2022

Dari data di atas, menyatakan bahwa produk *fashion* yang sudah bersertifikasi halal secara resmi masih sedikit jumlahnya. Ada sejumlah 16 produk fashion 14 diantaranya adalah produk batik yang sudah

⁷Mastuki, "Update Sertifikasi Halal Di Indonesia: Ekspektasi Dan Kenyataan," *Kementrian Agama RI*, last modified 2021, accessed September 1, 2022, <https://kemenag.go.id/read/update-sertifikasi-halal-di-indonesia-ekspektasi-dan-kenyataan-8njgk>.

⁸BPJPH Kemenag, "Pencarian Sertifikat Halal," *SIHALAL*, last modified 2022, accessed September 6, 2022, <http://info.halal.go.id/cari/>.

mendaftarkan produknya agar bersertifikat halal oleh BPJPH Kementerian Agama Republik Indonesia.

Data *Global Islamic Economy Report 2020/2021* menyatakan bahwa angka konsumsikonsumen muslim pada produk dengan label *trend* halal terus meningkat, seperti makanan, farmasi, kosmetik, serta pariwisata halal dan *life style* halal di tahun 2019 senilai US\$2,02 triliun.⁹Pada sektor pakaian muslim, Indonesia menempati urutan terbesar ke-3 di dunia, dimana total konsumsinya mencapai US\$16 miliar.¹⁰

Salah satu produk halal sekaligus menjadi *halalfashion* yang saat ini banyak diminati adalah batik.Pekalongan adalahwilayahyang berpotensi unggul di sektor industri batik, baikusaha kecil maupun menengah (IKM).Batik diangkat sebagaisalah satu warisan budaya Indonesia.Padatanggal 2 Oktober 2009 kerajinan tangan yang dinobatkan sebagai situs warisan dunia (*World Heritage Sities*) oleh UNESCO ini,mempunyainilai seni yang besarserta menjadi bagian daribudayadan sejarahpanjang bagi bangsa Indonesia.¹¹Padahal Batik Pekalongan tidak hanya dijadikan sebagai produk *halal fashion* tetapi juga masuk dalam

⁹I.C. Dinar Standard with: S.G., *Global Islamic Economy Report 2020, State of the Global Islamic Economy Report 2020/21* (Dubai, 2020), <https://www.icricinternational.org/state-of-the-global-islamic-economy-2020-21-report-is-published/>, hlm. 4.

¹⁰Humas Kementerian Keuangan RI, "Sektor Industri Halal Memiliki Potensi Besar dalam Perekonomian Nasional," *Article*, last modified 2021, accessed June 15, 2022, <https://www.kemenkeu.go.id/publikasi/berita/sector-industri-halal-memiliki-potensi-besar-dalam-perekonomian-nasional/>.

¹¹Ronald Kurniawan Tjondrowiguno, Rolly Intan, and Kartika Gunadi, "Aplikasi Pengenalan Pola Batik Dengan Menggunakan Metode Gray-Level Cooccurrence Matrix," *Infra* 5 (2017): 1, <https://publication.petra.ac.id/index.php/teknik-informatika/article/view/5156>, hlm. 1.

bagian ekonomi kreatif dimana desainnya merupakan produk yang mengandung unsur kreativitas.¹²

Batik Pekalongan sebagai salah satu subsektor ekonomi kreatif, kini berkembang dengan mengikuti adanya *trend halal fashion* dengan menampilkan produk *halal fashion* berupa produk jadi seperti mukena, kemeja muslim, kerudung batik, dan lain sebagainya. Namun, proses kehalalan produk batik dari proses bahan baku, produksi sampai distribusi (*Halal Supply Chain*) belum diperhatikan, hal ini bisa dilihat dari tabel 1.2 dimana masih sedikit produsen batik yang mendaftarkan produknya untuk bersertifikasi halal.

Dari beberapa data di atas, adanya *trend halaldi* Indonesiamenyebabkan kenaikan konsumsi produk halal di Indonesia, namun ternyata hal tersebut tidak diimbangi dengan meningkatnya produk bersertifikasi halal khususnya produk *fashion/sandang* termasuk di dalamnya batik sebagai salah satu subsektor ekonomi kreatif. Hal ini menyebabkan kesenjangan antara *trend* dan data yang ada di lapangan. Oleh sebab itu, penulis perlu melakukan penelitian yang berjudul “Analisis Dampak *Trend Halal Fashion* terhadap Ekonomi Kreatif (Studi *Halal Supply Chain* Produk Batik Pekalongan)”.

¹²Mari Elka Pangestu, *Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025* (Jakarta, 2008), <http://dgi.or.id/wp-content/uploads/2015/05/hasil-konvensi-pengembangan-ekonomi-kreatif1.pdf>, hlm. 3.

B. Rumusan Masalah Penelitian

1. Apa pengaruh *trendhalal fashion* terhadap ekonomi kreatif pada produk batik di Pekalongan?
2. Mengapa *trendhalal fashion* mempengaruhi ekonomi kreatif pada produk batik di Pekalongan?
3. Bagaimana alur *halal supply chain* pada produk batik di Pekalongan?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah:

- a. Menganalisis pengaruh *trendhalal fashion* terhadap ekonomi kreatif pada produk batik di Pekalongan.
- b. Menganalisis alasan *trendhalal fashion* mempengaruhi ekonomi kreatif pada produk batik di Pekalongan.
- c. Menganalisis alur *halal supply chain* pada produk batik di Pekalongan.

2. Kegunaan Penelitian

- a. Secara teoritis, bagi pihak akademis penelitian ini dapat menjadi acuan bagi penelitian selanjutnya dengan berbagai perbaikan, serta dapat menambah pengetahuan pada bidang ekonomi, khususnya mengenai *halal fashion* dan *halal supply chain* Batik di Pekalongan.

- b. Secara praktis, penelitian ini memberikan analisis tentang *trend halal fashion* terhadap ekonomi kreatif khususnya *halal supply chain* pada Batik Pekalongan.

D. Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh Azmi Muhammad Islam (2021) menyatakan bahwa manajemen rantai pasokan berpengaruh positif signifikan terhadap keunggulan bersaing dan kinerja perusahaan, keunggulan bersaing berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja organisasi. Dalam penelitian ini, keunggulan bersaing mampu memediasi pengaruh manajemen rantai pasokan pada kinerja organisasi kuasi-mediasi. Penelitian ini, berkaitan dengan penelitian yang penulis teliti dimana pembahasannya sama yaitu tentang *halal supply chain*, sehingga penelitian ini digunakan sebagai referensi dalam penulisan penulis.¹³

Penelitian yang dilakukan oleh Amalia Ilmiani (2018) menunjukkan hasil (1) Pertumbuhan industri kreatif khususnya kerajinan batik di Kabupaten Pekalongan menunjukkan angka yang keci dari yang diharapkan. Pengusaha batik lebih tertarik pada sektor *fashion* serta belum adanya kompetensi antar pelaku industri kreatif dalam menciptakan inovasi, teknologi dan kualitas baru. (2) Dalam upaya menciptakan daya saing industri kreatif, Pemerintah berusaha meningkatkan volume penjualan pengrajin dengan membuat beberapa program promosi melalui pameran

¹³Azmi Muhammad Islam, Ika Nurul Qamari, and Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, "Effect of Supply Chain Management on Competitive Advantage and Organizational Performance . Studies on the Batik Industry in Yogyakarta City," in *Proceedings of the 4th International Conference on Sustainable Innovation 2020-Accounting and Management*, vol. 176, 2021, 334–339, <https://www.atlantis-press.com/proceedings/icosiams-20/125951470>, hlm. 334.

hasil produk kerajinan. (3) Untuk mendorong pengrajin daerah, Dekranasda Kabupaten Pekalongan membuat *event* lomba serta membantu proses pemasaran kerajinan tersebut. Kaitannya dengan penelitian ini adalah membahas tentang industri kreatif (subsektor ekonomi kreatif), dan disebutkan bahwa pelaku industri masih banyak fokus pada *fashion*, hal ini bisa menjadi referensi untuk penelitian ini.¹⁴

Penelitian yang dilakukan oleh Alvien Septian Haerisma (2018) menyatakan bahwa keberadaan industri batik sebagai ekonomi kreatif di Trusmi Cirebon mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat. Metode pembatasan strategi pertumbuhan ekonomi kreatif oleh batik EB *Traditional* Cirebon yaitu bauran pemasaran antara lain: produk, harga, promosi serta tempat distribusi. Kaitan dengan penelitian ini adalah sama-sama membahas batik sebagai salah satu sektor ekonomi kreatif. Penelitian ini bisa digunakan sebagai referensi dalam penelitian penulis.¹⁵

Penelitian yang dilakukan oleh Anita Listiyaningrum (2020), bahwa aspek pertama adalah sumber daya, perlunya generasi penerus pembatik yang memiliki kreativitas dalam membatik. Aspek kedua yaitu industri. Peran terpenting dalam industri batik yaitu tersediannya bahan baku untuk kelancaran proses produksi. Aspek ketiga yaitu pemasaran, guna

¹⁴Amalia Ilmiani, Titi Rahayu Prasetyani, and Catur Ragil Sutrisno, "Pemetaan Ekonomi Kreatif Sektor Kerajinan (Craft) dan Potensi Craft Batik di Kabupaten Pekalongan," *Pena* 32, no. 2 (2018), <https://jurnal.unikal.ac.id/index.php/pena/article/view/803>, hlm. 24.

¹⁵Alvien Septian Haerisma, "Pengembangan Ekonomi Kreatif Bidang Fashion Melalui Bauran Pemasaran," *Al-Amwal: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syari'ah* 10, no. 1 (2018), <https://www.syekh Nurjati.ac.id/jurnal/index.php/amwal/article/view/2831>, hlm. 91.

memperluas pasar penjualan batik. Aspek keempat yaitu pembiayaan, agar keuangan usaha dapat diatur secara terperinci. Aspek kelima yaitu teknologi dan infrastruktur sebagai penunjang pengembangan Kampung Batik Kauman. Penelitian Anita berkaitan dengan penelitian penulis, dimana penelitian ini membahas terkait dengan strategi pertumbuhan batik berbasis ekonomi kreatif, sedangkan penelitian dalam proposal ini membahas mengenai batik sebagai ekonomi kreatif namun dikaitkan dengan mode halal/*halal fashion*. Penelitian ini digunakan sebagai referensi oleh penulis.¹⁶

Penelitian yang dilakukan oleh Catur Ragil Sutrisno (2018) menyatakan bahwa daya saing sektor industri di Kabupaten Pekalongan adalah batik. Kabupaten Pekalongan terkenal dengan slogan “Bumi Legenda Batik Nusantara” karena pembuatan kain dan bajubatiknya yang melegenda. Keberadaan bahan baku dan tenaga kerja yang tersedia, membuat kerajinan batik harus terus dikembangkan untuk memperkuat identitas Kabupaten Pekalongan, dengan tidak hanya dibuat dalam bentuk *fashion* saja, tetapi juga bentuk kerajinan tangan dari pemanfaatan limbah batik. Penelitian ini menjadi pendukung data awal bahwa sektor industri batik mempunyai peluang untuk dikaji lebih lanjut, sebagaimana yang dilakukan penulis yang meneliti mengenai batik sebagai bentuk

¹⁶Anita Listiyaningrum, Ade Rustiana, and Ahmad Saeroji, “Strategi Pengembangan Batik Berbasis Ekonomi Kreatif Kampung Batik Kauman Pekalongan,” *Business and Accounting Education Journal* 1, no. 2 (2020), <https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/baej/article/view/41012>, hlm. 116.

pengembangan dari penelitian ini. Sehingga penelitian ini menjadi referensi untuk pengembangan dalam penelitian penulis.¹⁷

Penelitian yang dilakukan oleh Aslan Risyaldi, dkk. (2021) menyatakan bahwa saluran rantai pasok produk ayam potong dengan 3 alternatif yakni dimulai dari Produsen perternak, Pedagang pengumpul, Pedagang pengecer, konsumen, kemudian alternatif ke-2 adalah dimulai dari produsen, Pedagang pengumpul dan konsumen. Dan alternatif ke-3 adalah mulai dari kandang, bakul, Rumah Potong Ayam dan Konsumen. Penelitian ini berkaitan dengan penelitian penulis dimana pembahasannya sama yaitu tentang *halal supply chain* tetapi hanya objeknya yang berbeda. Penelitian digunakan sebagai salah satu referensi penulis.¹⁸

Penelitian yang dilakukan oleh Eli Sumarliah (2021) menyatakan bahwa pengetahuan tentang praktik rantai pasokan halal oleh pelanggan ritel memiliki dampak penting pada niat untuk membeli busana halal. Penelitian ini menunjukkan bahwa indikator rantai pasokan halal menjadi penting bagi konsumen dalam membeli produk halal. Sehingga penelitian ini berkaitan

¹⁷Catur Ragil Sutrisno, Amalia Ilmiana, and Titi Rahayu Prasetiani, "Membangun City Image Kota Batik melalui Penguatan Ekonomi Kreatif Industri Kerajinan (Craft)," in *Prosiding Seminar Nasional Unimus*, vol. 1, 2018, <https://prosiding.unimus.ac.id/index.php/semnas/article/view/32%0Ahttps://prosiding.unimus.ac.id/index.php/semnas/article/download/32/32>, hlm. 281.

¹⁸Aslan Risyaldi, Muhammad Nusran, and Dirgahayu Lantara, "Studi Produk Halal Daging Ayam Potong Dengan Pendekatan Rantai Pasok (Supply Chain) Di Makassar," *International Journal Mathla'ul Anwar of Halal Issues* 1 (2021): 40–48, <https://journal.halalunmabanten.id/index.php/ijma/article/view/10/8>, hlm. 40.

dengan penelitian penulis serta menjadi pendukung awal dalam penelitian penulis. Penelitian ini menjadi referensi bagi penulis.¹⁹

Penelitian yang dilakukan oleh Aan Supriyanto (2019) menyatakan bahwa *halal supply chain management* yang ada di pasar Wonokromo dan Pasar Asem tidak terlalu memuaskan masyarakat setempat. Keberadaan masyarakat yang mayoritas muslim tidak mempengaruhi proses penerapan *halal supply chain* karena masih bertahan dengan kebiasaan yang sudah ada. Penelitian ini menjadi referensi tentang penerapan alur *halal supply chain* bagi penulis.²⁰

Penelitian Eli Sumarliah (2020) menyatakan bahwa pengetahuan tentang produk memiliki konsekuensi yang signifikan pada niat konsumen untuk membeli hijab. Penelitian ini menyoroti bagaimana memperkuat hubungan antar dimensi pengetahuan konsumen dan niat mereka untuk membeli jilbab. Penelitian ini menjadi referensi dan pandangan dalam membahas tentang *halal supply chain* pada produk fashion.²¹

Penelitian yang dilakukan oleh Yeni Rohaeni (2020) menyatakan bahwa pemangku kepentingan yang sangat berperan dalam rantai pasok halal adalah pelaku usaha/industri halal, pemerintah, perguruan tinggi, pelaku usaha penunjang rantai pasok halal dan masyarakat. Penelitian ini

¹⁹Sumarliah et al., "The Impact of Customer Halal Supply Chain Knowledge on Customer Halal Fashion Purchase Intention," *Information Resources Management Journal* 34, no. 3 (2021), hlm. 79."

²⁰Aan Supriyanto, "Supply Chain Halal Management (Studi Kasus Penerapan Supply Chain Halal Management Daging Ayam Di Pasar Wonokromo Dan Pasar Asem Surabaya)," 2019, [http://digilib.uinsby.ac.id/36548/%0Ahttp://digilib.uinsby.ac.id/36548/1/Aan Supriyanto_G03215001.pdf](http://digilib.uinsby.ac.id/36548/%0Ahttp://digilib.uinsby.ac.id/36548/1/Aan%20Supriyanto_G03215001.pdf), hlm. vii.

²¹Eli Sumarliah, Tieke Li, and Bailin Wang, "Hijab Fashion Supply Chain: A Theoretical Framework Traversing Consumers' Knowledge and Purchase Intention," *MATEC Web of Conferences* 308 (2020): 04004, hlm. 1.

menjadi gambaran tentang konsep rantai pasokan halal yang akan digunakan dalam penelitian penulis.²²

Penelitian yang dilakukan oleh Hadi Peristiwo (2019) menyatakan bahwa Peluang dan tantangan industri makanan halal di Indonesia antara lain: memastikan keberhasilan implementasi halaljaminan produk, meningkatkan kemampuanjaminan kehalalan produk dengan memanfaatkan perkembangan teknologi, memastikan logistik dan rantai pasokan makanan halal, pendanaan yariah untukpengembangan industri makanan halal.Pemerintah harus mampu menyediakanfasilitas baik dari segi akses, biaya danpersyaratan prosedural untuk UMKMpengusaha dalam melakukan sertifikasi halal.Penelitian ini menjadi salah satu pendukung dalam penelitian yang penulis lakukan.²³

Dari penelitian terdahulu yang sudah dipaparkan di atas telah menunjukkan adanya perbedaan dan persamaan dari masing-masing. Adapun secara rinci dapat dilihat dalam tabel 1.3 berikut ini:

Tabel 1.3
Persamaan dan Perbedaan

No.	Judul dan Nama Penulis	Metode	Persamaan	Perbedaan
1.	<i>Effect of Supply Chain Management on Competitive Advantage and Organizational PerformanceStudies on the Batik Industry in Yogyakarta City</i> oleh Azmi Muhammad Islam	Kuantitatif	Menggunakan objek penelitian Batik, dan penelitian tentang <i>supply chain</i>	Metode berbeda, Permasalahan yang diambil berbeda

²²Yeni Rohaeni and Ahmad Hidayat Sutawijaya, “Pengembangan Model Konseptual Manajemen Rantai Pasok Halal Studi Kasus Indonesia,” *J@ti Undip : Jurnal Teknik Industri* 15, no. 3 (2020): 177–188.

²³Hadi Peristiwo, “Indonesian Food Industry on Halal Supply Chains,” *Food ScienTech Journal* 1, no. 2 (2020): 69.

2.	Pemetaan Ekonomi Kreatif Sektor Kerajinan (<i>Craft</i>) dan Potensi <i>Craft</i> Batik di Kabupaten Pekalongan oleh Amalia Ilmiani	Kualitatif (<i>Social mapping</i>)	Pembahasan tentang ekonomi kreatif, pendekatan penelitiannya juga sama	Jenis penelitian berbeda, objeknya juga berbeda
3.	Pengembangan Ekonomi Kreatif Bidang Fashion Melalui Bauran Pemasaran oleh Alvien Septian Haerisma	Kualitatif	Pembahasannya tentang ekonomi kreatif, metodenya sama	Objeknya berbeda, analisisnya juga berbeda
4.	Strategi Pengembangan Batik Berbasis Ekonomi Kreatif Kampung Batik Kauman Pekalongan oleh Anita Listiyaningrum	Kualitatif	Pembahasannya tentang, ekonomi kreatif, metode sama	Objeknya berbeda, analisisnya juga berbeda
5.	Membangun <i>City Image</i> Kota Batik melalui Penguatan Ekonomi Kreatif Industri Kerajinan (<i>Craft</i>) oleh Catur Ragil Sutrisno	Kualitatif	Pembahasan tentang ekonomi kreatif, metode sama	Analisis dan objeknya berbeda
6.	Studi Produk Halal Daging Ayam Potong dengan Pendekatan Rantai Pasok (<i>Supply Chain</i>) di Makassar oleh Aslan Risyaldi	Kuantitatif	Pembahasan tentang <i>supply chain</i>	Objek dan metode berbeda
7.	<i>The Impact of Customer Halal Supply Chain Knowledge on Customer Halal Fashion Purchase Intention</i> Eli Sumarliah	Kuantitatif	Pembahasan halal <i>supply chain</i>	Metode dan analisisnya berbeda
8.	Supply Chain Halal Management (Studi Kasus Penerapan <i>Supply Chain Halal Management</i> Daging Ayam di Pasar Wonokromo dan Pasar Asem Surabaya) oleh Aan Supriyanto	Kualitatif Deskriptif	Pembahasan Halal Supply Chain Management dan metode yang sama	Objeknya berbeda
9.	Hijab Fashion Supply Chain: A Theoretical Framework Traversing Consumers' Knowledge And Purchase Intention Oleh Eli Sumarliah, dkk.	Kualitatif	Pembahasan <i>Supply Chain</i>	Objeknya berbeda
10.	Pengembangan Model Konseptual Manajemen Rantai Pasokan Halal Studi Kasus Indonesia oleh Yeni Rohaeni, dkk.	Telaah pustaka	Tentang Konsep Rantai Pasokan Halal	Subjek yang diteliti berbeda

11.	Indonesian Food Industry On Halal Supply Chains oleh Hadi Peristiwo	Kepustakaan	Pembahasan sama yaitu tentang <i>Halal Supply Chain</i>	Objeknya berbeda
-----	---------------------------------------------------------------------	-------------	---------------------------------------------------------	------------------

Sumber: Data diolah dari Penelitian Terdahulu, 2022

E. Kerangka Teoritik

1. Ekonomi Kreatif

Ekonomi kreatif merupakan gagasan ekonomi yang mengutamakan kreativitas serta gagasan sebagai faktor produksi terpenting. Kreativitas industri memiliki tiga aspek mendasar yaitu teknologi, bakat dan toleransi (3T). Faktor terpenting dalam perkembangan industri kreatif adalah sumber daya manusia yang memiliki kreativitas serta inovasi dan didukung sumber daya alam seperti budaya dan produk tradisional dari masing-masing daerah tertentu. Setiap negara memiliki produk budaya yang dapat diciptakan sebagai produk unggulan dengan sentuhan industri kreatif dan inovatif sumber daya manusia.²⁴

Ekonomi kreatif merupakan bentuk pemberdayaan ekonomi berkelanjutan berbasis kreativitas untuk merealisasikan pembangunan ekonomi. Pemanfaatan sumber daya yang luas seperti bakat, ide/gagasan, dan kreativitas. Nilai ekonomi suatu barang ditentukan pada pemanfaatan teknologi untuk menciptakan inovasi bukan pada bahan baku dan proses produksinya serta pemanfaatan kreativitas. Industri tidak akan bersaing dengannya mengutamakan kualitas dan

²⁴Toti Srimulyati et al., "Creative Economy/Creative Industri Development in Indonesia," *International Journal of Innovative and Applied Research* 5, no. 5 (2017), http://repository.unp.ac.id/7984/1/586_IJIAR-2120_1.pdf, hlm. 74.

harga produk saja namun lebih kepada berbasiskan kreativitas, inovasi serta imajinasi.²⁵

Adapun karakteristik ekonomi kreatif antara lain:²⁶

- a. Dibutuhkan adanya kolaborasi berbagai pihak antara lain cendekiawan, pelaku usaha, serta pemerintah yang menjadi unsur penting.
- b. Mengutamakan ide/gagasan.
- c. Mengembangkan beberapa sektor usaha secara luas.
- d. Konsep dibangun bersifat relatif.

Menurut Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia, 17 subsektor ekonomi kreatif antara lain:

- a. Pengembangan permainan
- b. Kriya
- c. Desain interior
- d. Musik
- e. Seni rupa
- f. Desain produk
- g. *Fashion*
- h. Kuliner
- i. Film
- j. Fotografi

²⁵Rochmat Aldy Purnomo, *Ekonomi Kreatif: Pilar Pembangunan Indonesia* (Surakarta: Ziyad Visi Media, 2016), hlm. 8.

²⁶Shinta Ratnawati, "Ekonomi Kreatif Dan Kaizen," *Riset Ekonomi dan Manajemen UNTIDAR 1* (2018), <https://jurnal.untidar.ac.id/index.php/rekomen/article/view/713>, hlm. 4.

- k. Desain komunikasi visual
- l. Televisi dan radio
- m. Arsitektur
- n. Periklanan
- o. Seni pertunjukan
- p. Penerbitan
- q. Aplikasi²⁷

2. Batik sebagai Subsektor Ekonomi Kreatif

Batik merupakan warisan budaya bangsa Indonesia. Muncul dengan berbagai macam motif, batik merupakan kekayaan yang harus dijaga, karena mempunyai ragam motif, bahan baku, tipe, kualitas ataupun pasar yang luas serta tidak terpengaruh terhadap krisis ekonomi, sosial dan budaya serta dapat memberi sumbangan pada pertumbuhan ekonomi.²⁸

Industri batik di Indonesia secara langsung dikembangkan oleh masyarakat. Batik sebagai kategori industri kreatif disebabkan karena beberapa faktor antara lain (1) salah satu kerajinan kreatif yang memiliki nilai kreativitas dan inovasi serta distribusi produk kerajinan, (2) batik memiliki keterkaitan dengan beberapa hal seperti produk, interior, industri, desain grafis, pengemasan dan konsultasi

²⁷Humas Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, "Subsektor Ekonomi Kreatif Kemenparekraf / Baparekraf Republik Indonesia," *Report*, last modified 2021, accessed June 16, 2022, <https://kemenparekraf.go.id/layanan/Subsektor-Ekonomi-Kreatif>.

²⁸Purwanto and Sukirno, "Inovasi Produk Dan Motif Seni Batik Pesisiran Sebagai Basis Pengembangan Industri Kreatif Dan Kampung Wisata Minat Khusus," *Jurnal Al-Azhar Indonesia Seri Pranata Sosial* (2012), <https://jurnal.uai.ac.id/index.php/SPS/article/view/71>, hlm. 218."

identitas perusahaan(3) Batik termasuk dalam desain *fashion* yang mengandung nilai kreativitas bidang desain baik pada pakaian, alas kaki, dan aksesoris, produksi pakaian dan aksesorisnya, konsultasi lini produk *fashion*, serta distribusi produk *fashion*.²⁹

3. *Halal Fashion*

Halal fashion dalam pandangan *Muslim Judicial Halal Trust* (MJCHT) adalah “tingkah laku seseorang yang dilakukan sesuai dengan kemampuannya secara benar, jujur, berintegritas, bermartabat, berkeadilan dan tidak menyimpang dari ajaran Islam”. *Halal lifestyle* adalah tren global yang mulai diterapkan oleh banyak orang di seluruh dunia.³⁰

Islam memerintahkan kepada orang muslim supaya bagus dipandang dan hidupnya teratur, gerakannya baik, serta rapi. Hal ini sebagai bentuk rasa syukur manusia dalam menggunakan pakaian dan perhiasan yang diberikan oleh Allah SWT. Adapun tujuan berpakaian antara lain: untuk menutup aurat dan berhias. Sesuai firman Allah SWT sebagai berikut:

²⁹Listiyaningrum, Rustiana, and Saeroji, “Strategi Pengembangan Batik Berbasis Ekonomi Kreatif Kampung Batik Kauman Pekalongan”, *Business and Accounting Education Journal Vol. 1* (2020), <https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/baej/article/view/41012>, hlm. 116.”

³⁰Hendri Hermawan Adinugraha dan Mila Sartika, “Halal Lifestyle di Indonesia,” *An-Nisbah* Vol. 5, April (2019): 57–81, <http://ejournal.iain-tulungagung.ac.id/index.php/nisbah/article/view/1406>, hlm. 57.

يَا بَنِي آدَمَ قَدْ أَنْزَلْنَا عَلَيْكُمْ لِبَاسًا يُؤَارِي سَوَاتِنَكُمْ وَرِيشًا وَلِبَاسًا تَقْوَىٰ ذَٰلِكَ خَيْرٌ ذَٰلِكَ مِنْ

آيَاتِ اللَّهِ لَعَلَّهُمْ يَذَّكَّرُونَ

Artinya: “Hai anak Adam, sesungguhnya Kami telah menurunkan kepadamu pakaian untuk menutup auratmu dan pakaian indah untuk perhiasan. dan pakaian takwa itulah yang paling baik. yang demikian itu adalah sebahagian dari tanda-tanda kekuasaan Allah, Mudah-mudahan mereka selalu ingat.” (QS. Al-A'raf: 26)

Dari ayat di atas, Islam mengatur tujuan berpakaian adalah menutup aurat dan perhiasan. Perhiasan yang dimaksud adalah pakaian yang bersih dan suci. Di dalam Islam, tidak diatur bagaimana bentuk ataupun model dari pakaian itu sendiri, tetapi Islam hanya menganjurkan prinsip pakaian yang baik digunakan antara lain menutup aurat, tidak ketat, tidak transparan dan menyerupai lawan jenis.³¹

4. *Halal Supply Chain*

Sebagaimana dipertegas dalam UU Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, tahapan produk halal yaitu:

- a. Penyediaan bahan
- b. Penggarapan
- c. Penyimpanan
- d. Pembungkusan
- e. Penyaluran
- f. Pemasaran

³¹Anni Muslimah Purnamawati and Riskiyatul Khasanah, “Halal Fashion : Construction And Potential Industri Of Batik Pamekasan in Development of Halal Industri,” in *Annual Conference on Islamic Economic and Law*, 2019, <https://conference.trunojoyo.ac.id/aciel/2nd/paper/view/68/51>, hlm. 65.

g. Pelayanan.³²

Menurut Sumariah, Rantai pasokan *halal fashion* terdiri dari seluruh kegiatan yang melibatkan pengadaan, penyediaan, bahan halal untuk pembuatan, dan pengiriman produk *fashion* akhir untuk konsumsi. Kegiatan manufaktur harus memastikan pemisahan kain/bahan halal dari non-halal. Dengan demikian, rantai pasokan *halal fashion* juga harus memastikan pemisahan yang tepat antara bahan/barang halal dari bahan/bahan yang haram/melanggar hukum.³³

Adapun tahapan *halal supply chain* pada produk fashion dapat digambarkan sebagai berikut:³⁴

Tabel 1.4
Tahapan *Halal Supply Chain*

No.	Indikator Mode Halal	Halal Control
1	Pasokan Bahan (<i>Halal material supply</i>)	1. Verifikasi bahan yang digunakan dalam proses produksi. 2. Pemeriksaan ulang kehalalan bahan yang digunakan.
2	Pasokan Halal (<i>Halal supplier</i>)	1. Pemeriksaan ulang kehalalan dari proses pengiriman dan pengemasan. 2. Melibatkan instansi penyelenggara halal.
3	Kehalalan gudang (<i>Halal warehouse</i>)	1. Verifikasi status halal dari proses pengiriman dan pengemasan. 2. Menempatkan dan melabeli produk halal, dan memisahkan produk yang rusak/cacat. 3. Memisahkan produk halal dan nonhalal. 4. Melibatkan auditor halal internal.

³²Yudin Yunus, "Efektivitas UU Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal (JPH) Terhadap Sadar Halal Para Pelaku UMKM Di Kota Gorontalo," *Ideas (Pendidikan, Sosial dan Budaya* 7, no. 33 (2021), <https://jurnal.ideaspublishing.co.id/index.php/ideas/article/view/326>, hlm. 53.

³³Eli Sumarlia et al., "Blockchain-Empowered Halal Fashion Traceability System in Indonesia," *International journal of Information Systems and Supply Chain Management* 15, no. 2 (2022), <https://www.igi-global.com/viewtitle.aspx?TitleId=287628&isxn=9781683180258>, hlm.. 5.

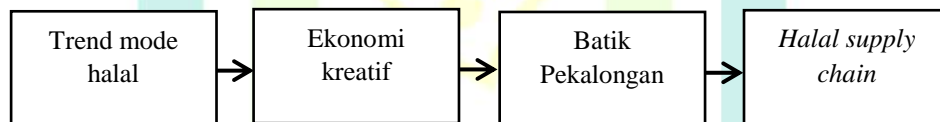
³⁴Annisa Ilmi Faried, Rahmad Sembiring, and Lia Nazliana Nasution, "Enhance Of Halal Rule Development Model On Fashion Industri Indonesia," *International halal Conference & Exhibition 2019* 24, no. 9 (2019), <https://journal.pancabudi.ac.id/index.php/ihce/article/view/630/595>, hlm. 208.

4	Proses produksi halal (<i>Halal Manufacture</i>)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memproduksi barang secara halal sesuai SOP Halal. 2. Memastikan proses produksi bebas dari kandungan kotor dan najis. 3. melaksanakan proses produksi sebagaimana standar kehalalan produk oleh instansi penyelenggara halal. 4. Melibatkan instansi penyelenggara halal.
5	Distribusi Halal (<i>Halal Distribution</i>)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Produk yang halal harus tersalurkan secara terpisah dari produk yang tidak halal pada setiap truk muatan 2. Setiap produk diberi label "Halal" atau "Rantai Pasokan Halal". 3. Melibatkan instansi penyelenggara halal.
6	Alokasi pedagang mikro atau makro	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tempat pendingin, truk pembawa barang dijaga standar kebersihannya. 2. Memisahkan produk halal dan non halal dalam pengisian produk ke dalam kontainer. 3. Klaim sebagai "Produk Halal". 4. Melibatkan instansi penyelenggara halal.

Sumber: *International halal Conference & Exhibition, 2019*

F. Kerangka Berpikir

Berikut bagan kerangka berpikir pada penelitian ini:



Gambar 1.1
Kerangka Berpikir

Mode halal menjadi *trend* di Indonesia saat ini. Munculnya *trend* ini tentunya akan mempengaruhi berbagai sektor salah satunya adalah sektor ekonomi kreatif. Sektor ekonomi kreatif memiliki 17 subsektor, salah satunya adalah *fashion*. Salah satu subsektor ekonomi di bidang *fashion* adalah Batik Pekalongan, dimana desain kreatif batik masuk dalam kategori desain kreatif dan inovatif dari ragam pakaian, alas kaki, dan aksesoris,

produksi pakaian dan aksesorisnya, konsultasi lini produk pakaian, serta penyaluran produk *fashion*.³⁵

Batik sebagai salah satu sektor ekonomi kreatif bidang *fashion*, batik berkembang dengan munculnya berbagai macam model salahsatunya produk mode halal. Namun, produk halal sendiri tidak hanya dilihat dari bentuk barang jadinya saja tetapi juga diperhatikan prosesnya mulai dari pasokan bahan sampai proses distribusinya (*Halal supply chain*).

G. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah *survey research*, dimana peneliti menjadi komponen terpenting dalam penelitian ini. Penelitian survei dapat mengambil populasi besar maupun kecil, yang selanjutnya mengambil sampel dari populasi untuk menentukan hubungan antar variabel.³⁶ Penelitian ini menggunakan penelitian *survey research* karena dalam penelitian mengambil sampel lebih dari satu serta membutuhkan penggambaran fenomena yang terjadi dengan langkah deskripsi. Pada penelitian ini, penulis akan melaksanakan survei secara langsung kepada sampel pengusaha batik.

³⁵Pangestu, "Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025", *Report Departemen Perdagangan Republik Indonesia* (Jakarta: 2018), <http://dgi.or.id/wp-content/uploads/2015/05/hasil-konvensi-pengembangan-ekonomi-kreatif1.pdf>, hlm.16 .

³⁶Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2019), hlm. 56.

2. Pendekatan Penelitian

Data dalam penelitian ini membutuhkan data deskriptif sehingga menggunakan pendekatan kualitatif.³⁷Data dalam penelitian didapat dari hasil wawancara, buku, jurnal, dan penelitian terdahulu yang terkait dengan rumusan masalah.

Data deskriptif dalam penelitian ini berupa hasil wawancara tentang analisis trend mode terhadap ekonomi kreatif khususnya *halal supply chain* Batik Pekalongan.

3. Sumber Data dan Jenis Data

a. Data Primer

Data primer didapat dari objek yang teliti secara langsung.³⁸Penulis mendapatkan data primer dengan melakukan wawancara kepada pengusaha batik dan kementerian Agama Kabupaten Pekalongan. Adapun data primer yang dibutuhkan antara lain analisis trend mode terhadap ekonomi kreatif khususnya *halal supply chain* Batik Pekalongan serta data sertifikasi halal di Kabupaten Pekalongan.

b. Data Sekunder

Dalam hal mendapatkan data sekunder, penulis mendapat data dari Pengusaha batik berupa dokumentasi tentang proses pembuatan Batik Pekalongan.

³⁷Lexy J. Moloeng, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2006), hlm. 4.

³⁸Yusuf Nalim & Salafudin, *Statistika Deskriptif* (Pekalongan: STAIN Pekalongan Press, 2012), hlm. 41.

4. Informan

Informan dalam penelitian ini antara lain pemilik usaha AM Batik Tulis Pekalongan, Risky Batik dan Batik Eljava. Sampel ini diambil berdasarkan lama berdirinya yaitu minimal 5 tahun, jenis batik yang diproduksi berupa batik tulis.

5. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Observasi bersifat *non-participant observer*, yaitu penulis tidak terlibat secara langsung dengan objek yang diamati. Adapun observasi dilakukan dengan mengunjungi tempat usaha AM Batik Tulis Pekalongan, Risky Batik, dan Batik Eljava. Dalam observasi ini, penulis mengamati proses produksi batik pada ketiga informan, dengan masuk ke gudang pembuatan batik dan melakukan observasi didalamnya.

b. Wawancara

Penulis melakukan wawancara kepada pemilik usaha AM Batik Tulis Pekalongan, Risky Batik dan Batik Eljava, mengenai pengaruh *trend halal fashion* dan alur proses produksinya.

c. Dokumen

Penulis mendapatkan data dari tempat usaha batik milik AM Batik Tulis Pekalongan, Risky Batik dan Batik Eljava yaitu berupa proses produksinya.

6. Teknik Analisis Data dan Keabsahan Data

a. Teknik Analisis Data

Teknik analisis yang digunakan adadua model yaitu model *Miles dan Huberman*, dimana analisisnya dilakukan dengan 2 tahap yaitu saatpengumpulan data dan setelah pengumpulan data dilakukanpadajangka waktu tertentu. Adapun tahapannya adalah sebagai berikut:³⁹

1) Pengumpulan data

Data dikumpulkan dengan wawancara dan observasi. Pada tahap awal peneliti akan mewawancarai pengusaha batik mengenai gambaran umum obyek, kemudian mengerucut pada rumusan masalah yang akan penulis teliti yaitu mengenai analisis dampak *trend* mode halal terhadap Ekonomi Kreatif (Studi *Halal Supply Chain* Produk Batik Pekalongan) serta alur *halal supply chain* pada Batik Pekalongan.

2) Reduksi data

Setelah pengumpulan data, selanjutnya penulis akan mereduksi data dengan cara membaca seluruh data hasil wawancara dan observasi dari pelaku usaha batik, kemudian mengambil data yang dibutuhkanyaitu mengenai data yang terkait dengan analisis dampak*trendhalalfashion*

³⁹Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2019), hlm. 321.

terhadap Ekonomi Kreatif (Studi *Halal Supply Chain* Produk Batik Pekalongan) serta alur *halal supply chain* pada Batik Pekalongan.

3) Penyajian Data

Langkah ke-3, penulis akan memaparkan data mulai dari gambaran umum tentang usaha batik kemudian fokus pada analisis dampak *trend halal fashion* berpengaruh terhadap terhadap Ekonomi Kreatif (Studi *Halal Supply Chain* Produk Batik Pekalongan) serta alur *halal supply chain* pada Batik Pekalongan. Data akan disajikan dalam bentuk uraian deskriptif serta bagan ataupun gambar.

4) Verifikasi

Langkah selanjutnya adalah melakukan verifikasi dan menyimpulkan data yang telah disajikan. Dimana data yang didapat dari hasil wawancara kepada pengusaha batik akan ditarik kesimpulan setelah diverifikasi dan tidak terdapat bukti-bukti yang menjadi pendukung penelitian ini. Pengambilan kesimpulan dengan cara menjawab rumusan masalah yaitu mengapat *trend halal fashion* berpengaruh terhadap Ekonomi Kreatif (Studi *Halal Supply Chain* Produk Batik Pekalongan) serta bagaimana *halal supply chain* pada Batik Pekalongan.

b. Keabsahan Data

Penelitian ini memakai metode triangulasi dalam proses keabsahan datanya, sebagai berikut:

1) Triangulasi sumber

Dalam Penelitian ini, peneliti menganalisis hasil dari rumusan masalah dengan membandingkan kebenaran data dari bermacam-macam sumber informasi mulai dari sumber wawancara kepada pengusaha batik, observasi, sertadokumentasi.

2) Triangulasi metode

Dalam penelitian ini, peneliti mengecek kebenaran data melalui metode yang berbeda, dimana peneliti mengambil data dari beberapa informan melalui metode yang berbeda yaitu dengan wawancara, obeservasi dan dokumentasi.

H. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan penelitian “Analisis Dampak *Trend Halal Fashion* terhadap Ekonomi Kreatif (Studi *Halal Supply Chain* Produk Batik Pekalongan)” terbagi menjadi lima bab.

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisilatar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika pembahasan.

BAB II KERANGKA TEORI

Bab ini mencakup landasan teori (merinci konsep ekonomi kreatif, batik sebagai subsektor ekonomi kreatif, *halal fashion*, serta *halal supply chain*, penelitian terdahulu dan kerangka berpikir.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi jenis dan pendekatan penelitian, sumber data, sampel, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data dan keabsahan data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan uraian tentang gambaran umum tentang Analisis Dampak *Trend Halal Fashion* terhadap Ekonomi Kreatif (Studi *Halal Supply Chain* Produk Batik Pekalongan).

Adapun analisis pengaruh *trendhalal fashion* merinci bagaimana *trend halal fashion* berpengaruh terhadap subsektor ekonomi kreatif khususnya batik, dan apa penyebabnya. Sedangkan pada *Halal Supply Chain* Batik merinci tentang proses produksi batik Pekalongan.

BAB V PENUTUP

Bab ini memaparkan hasil kesimpulan dan saran. Bagian kesimpulan berupa uraian singkat tentang hasil dari penelitian yang menjawab dari rumusan masalah penelitian ini. Adapun saran terdiri beberapa rekomendasi untuk pengembangan penelitian selanjutnya.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari pembahasan pada bab IV di atas, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengaruh Trend Halal Fashion terhadap Produk Batik Pekalongan

Adanya trend halal fashion berpengaruh terhadap proses produksi Risky Batik dan Batik Eljava, dimana adanya trend halal fashion membuat Risky Batik memproduksi produk Batik dengan warna *soft* sebagaimana permintaan konsumen. Sedangkan Batik Eljava memproduksi batik dengan pewarna alami. Namun hal ini tidak berpengaruh terhadap AM Batik Tulis Pekalongan, karena belum adanya permintaan yang berkaitan dengan trend halal fashion.

Hal ini didukung oleh penelitian Azmi Muhammad Islam (2021) menyatakan bahwa manajemen rantai pasokan berpengaruh positif signifikan terhadap keunggulan bersaing dan kinerja perusahaan, keunggulan bersaing berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja organisasi. Hal ini mendukung penelitian penulis dimana dengan adanya *trend halal fashion* mempengaruhi manajemen rantai pasokan sehingga berpengaruh juga terhadap perubahan proses produksi.

Jadi, dapat disimpulkan bahwasanya adanya trend halal fashion berpengaruh terhadap kinerja perusahaan dan mempengaruhi proses produksi hingga manajemen rantai pasokan halal pada Risky

Batik, dan Batik Eljava. Namun hal tersebut tidak berpengaruh terhadap proses produksi AM Batik Tulis Pekalongan.

2. Analisis Pengaruh Trend Halal Fashion terhadap Produk Batik

Adanya trend halal fashion mempengaruhi keputusan pembeli terhadap permintaan barang-barang halal. Permintaan terhadap barang-barang halal yang bukan hanya bentuk model pakaiannya tetapi juga halal prosesnya. Sehingga mempengaruhi beberapa produsen batik dalam merubah proses produksinya seperti dari pewarna kimia ke pewarna alami, dari warna yang tajam ke warna yang *soft*.

Hal ini didukung oleh penelitian Eli Sumarliah (2021) menyatakan bahwa pengetahuan tentang praktik rantai pasokan halal oleh pelanggan ritel memiliki dampak penting pada niat untuk membeli busana halal. Sebagaimana hasil penelitian ini yang menunjukkan bahwa keputusan konsumen dalam membeli barang halal adalah karena adanya pengetahuan tentang rantai pasokan halal terhadap produk yang akan dibeli.

Sehingga dapat disimpulkan bahwasanya adanya rantai pasokan halal pada produk AM Batik Tulis Pekalongan, Risky Batik dan Batik Eljava mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli barang halal dan sebaliknya.

3. Alur Halal Supply Chain Produk Batik Pekalongan

Adapun proses halal supply chain pada ketiga batik adalah sebagai berikut:

a. *Halal Procurement*

Pengadaan halal didefinisikan sebagai pembelian halal, yang terdiri dari keterlibatan dalam kegiatan yang berfokus pada perlindungan integritas halal di sepanjang rantai pasok..¹

Dalam proses produksi batik, supplier yang terlibat adalah pemasok kain dan pemasok zat pewarna batik. Pada proses pemasok bahan baku ini pemilik usaha memastikan bahwasanya ketersediaan bahan baku harus selalu ada. Ketidakterediaan bahan baku dari satu pemasok, membuat pemilik usaha mencari pemasok lain agar proses produksi tidak berhenti karena ketidakterediaan bahan baku. Dalam hal sumberdaya manusia, pemasok merupakan seorang muslim sehingga dalam proses rantai pasok ini dapat dipastikan setidaknya terhindar dari barang-barang non halal dan barang-barang najis.

Hasil ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Yeni Rohaeni yang menyatakan bahwa pemangku kepentingan dalam rantai pasok halal salah satunya adalah pemilik usaha dan pelaku pendukung rantai pasok yang dalam hal

¹Rasi, Masroom, and Omar, S.S., Ahmad, M, F., Rohana, “Designing Halal Supply Chain: Malaysia’s Halal Industry Scenarios.”

ini adalah pemasok bahan baku.² Sebagaimana dalam hasil temuan pada penelitian ini, pemasok bahan baku yaitu kain menjadi hal terpenting dalam proses rantai pasok halal, dimana jika pemasok tidak berperan dalam menyediakan bahan halal maka semua proses akan tercemari barang non halal.

b. *Halal Manufacturing*

Rasi dkk (2017) mendefinisikan manufaktur halal sebagai proses transformasi bahan atau input halal dengan menggunakan prosedur halal pada output halal. Manufaktur halal dapat menyebabkan integritas halal yang lebih tinggi dan mengurangi risiko kontaminasi silang.

Dalam proses *manufacturing* pemilik usaha Batik Eljava, Risky Batik memiliki gudang *manufacturing* tersendiri, sehingga komitmen pemilik usaha Risky Batik dalam menyediakan proses *Halal Manufacturing* sudah terkendali, dimana tahap ini pemilik usaha dapat memastikan bahwasanya semua proses produksi yang dilakukan terbebas dari transaksi yang halal serta proses produksi terpisah dari barang-barang non halal. Berbeda dengan AM Batik Tulis Pekalongan yang tidak memiliki gudang sendiri sehingga tidak dapat mengendalikan proses *manufacturingnya*. Selanjutnya dalam manajemen sertifikasi syariah, pemilik usaha juga belum adanya kesadaran terkait dengan kesadaran halal sehingga belum

²Rohaeni and Sutawijaya, "Pengembangan Model Konseptual Manajemen Rantai Pasok Halal Studi Kasus Indonesia., hlm. 177."

adanya manajemen sertifikasi halal dalam proses *halal manufacturing* ini.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Aan Supriyanto yang menyatakan bahwa Keberadaan masyarakat yang mayoritas muslim tidak mempengaruhi proses penerapan halal supply chain karena masih bertahan dengan kebiasaan yang sudah ada.³ Hal yang sama juga terjadi pada proses produksi batik dimana dalam melakukan proses produksinya tidak masih mempertahankan kebiasaan yang sudah ada bukan karena kesadaran akan pentingnya rantai pasokan halal.

c. *Halal Distribution dan Halal Logistic*

Logistik umumnya didefinisikan sebagai transportasi dan distribusi barang dan jasa dari titik asal ke titik konsumsi untuk memenuhi persyaratan pelanggan (Grant dkk, 2005). Logistik mencakup pengorganisasian, perlindungan, dan identifikasi produk dan bahan sebelum mencapai pelanggan (Omar & Jaafar, 2011).

Pada proses *logistic* dan *distribusi*, proses masih dikendalikan oleh pengusaha batik. Manajemen dalam pengorganisasian, dan perlindungan dan identifikasi produk dilakukan hanya dengan identifikasi produk yang cacat atau tidak. Identifikasi ini kemudian membuat pemilik usaha memutuskan

³Supriyanto, "Supply Chain Halal Management (Studi Kasus Penerapan Supply Chain Halal Management Daging Ayam Di Pasar Wonokromo Dan Pasar Asem Surabaya).", hlm. vii."

untuk menjual atau tidak produk yang cacat. Pemilik usaha juga melindungi produknya dengan bentuk packaging yang tertutup agar kerusakan pengiriman dapat diminimalisir sehingga produk dapat sampai ke konsumen dalam keadaan baik dengan harapan konsumen akan melakukan permintaan kembali terhadap barang tersebut.

Proses *halal labeling* ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Hadi Peristiwa bahwasanya peluang dan tantangan industri halal salah satunya adalah memastikan logistik dan rantai pasokan halal sehingga menjadi peluang bagi industri halal dalam bersaing di era global.⁴ Penelitian Hadi Peristiwa ini menjadi pendukung temuan penulis terkait dengan halal labeling dalam proses produksi batik.

d. Halal *Packaging* dan *Labeling*

Karakteristik pengemasan seperti bahan berdampak pada kehalalan produk. Di antara masalah yang telah diangkat dalam kemasan adalah sertifikasi halal pada kemasan, metode halal penanganan produk dan keterlacakan halal kemasan (Ab Talib, M.S., & Mohd Johan, M.R., 2012). Dalam konteks halal, pengemasan melibatkan unsur - unsur tertentu seperti sertifikasi halal atau logo halal, daftar bahan dan asal produk. Untuk mendukung kontrol halal, pelabelan yang

⁴Peristiwa, "Indonesian Food Industry on Halal Supply Chains, hlm. 69."

benar pada makanan halal sangat penting bagi konsumen karena label tertentu sering dapat menyesatkan (Awan, dkk, 2015). Pelabelan penting untuk keperluan verifikasi status halal dan kualitas produk. Logo halal, HACCP, ISO, dan label lain telah menjadi alat umum untuk tujuan mengendalikan produk halal.

Pada proses labeling, pemilik usaha belum mempunyai kesadaran halal untuk mendaftarkan produknya agar dapat bersertifikasi halal. Jadi produk yang dijual ke konsumen belum berlabel halal, karena hal ini masih menjadi hal yang umum di masyarakat bahwasanya produk yang berlabel halal hanya makanan dan minuman saja, sehingga konsumen juga masih abai terhadap produk barang guna yang bersertifikasi halal.

Alur *halal supply chain* pada AM Batik Tulis Pekalongan, Risky Batik, dan Batik Eljava melewati 3 fase yaitu fase masuk dengan mensupply bahan, fase produksi yaitu menggambar motif, *menjaplak, ngiseni, nyolet, mopok, nembok, ngelir, nglorod, ngrentesi, nyumi'i dan nglorod*. Fase ketiga yaitu fase keluar dimana dalam fase ini ada proses packaging dan pemasaran. Dalam proses produksinya, ketiga batik ini menggunakan pewarna kimia dan ada salah satu yang menggunakan pewarna alami. Dalam penggunaan pewarna kimia bahan yang terkandung di dalamnya masih tergolong aman,

artinya tidak berasal dari hewan yang najis ataupun berasal dari sesuatu yang diharamkan.

B. Saran

Adapun saran yang penulis berikan sebagai berikut:

1. Bagi pengusaha batik, sebaiknya mendaftarkan produk batiknya untuk bersertifikasi halal agar dapat membantu mendorong program pemerintah dalam mensukseskan program bersertifikasi halal pada produk selain makanan dan minuman.
2. Bagi akademisi, Peneliti selanjutnya dapat memperdalam dan mengembangkan penelitian ini dengan lebih menggali informasi kepada beberapa informan lain seperti LPH (Lembaga Pemeriksa Halal).

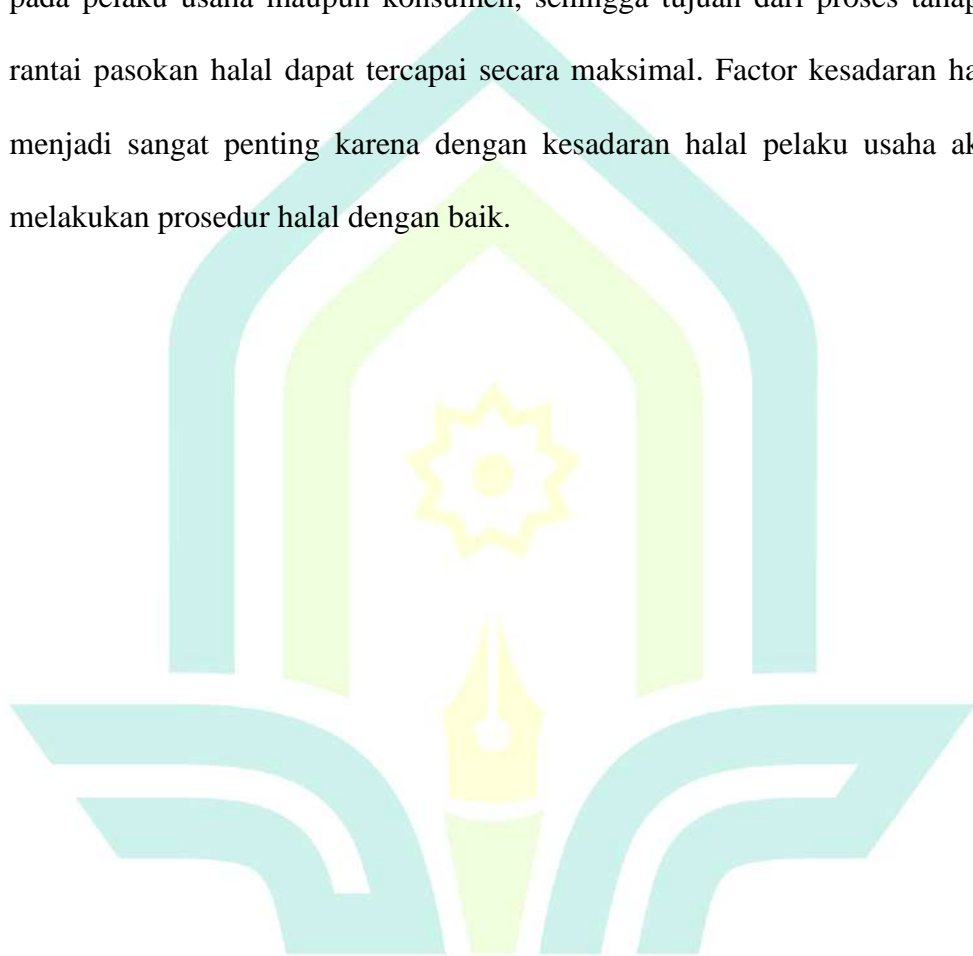
C. Implikasi Teori

Teori yang dapat dirumuskan dari hasil penelitian ini bahwasanya tahapan halal supply chain meliputi beberapa tahap antara lain:

1. Halal Procurement, adalah proses pengadaan halal, dimana dalam proses ini berkaitan dengan pemasok bahan baku untuk kelancaran proses produksi.
2. Halal Manufacturing, adalah proses transformasi bahan atau output halal dengan menggunakan prosedur halal pada output halal.
3. Halal distribution, adalah proses distribusi output dengan memperhatikan prosedur halal.

4. Halal Logistic, adalah transportasi output agar sampai ke tangan konsumen dengan mempertimbangkan prosedur halal.
5. Halal Packaging dan Labeling, berkaitan dengan proses packaging dan memberikan label halal pada produk.

Namun, kelima tahapan itu harus didasari dengan kesadaran halal pada pelaku usaha maupun konsumen, sehingga tujuan dari proses tahapan rantai pasokan halal dapat tercapai secara maksimal. Factor kesadaran halal menjadi sangat penting karena dengan kesadaran halal pelaku usaha akan melakukan prosedur halal dengan baik.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Ikhsan. "Pakaian, Tas, Sepatu Dan Aksesoris Sebagai Barang Gunaan Yang Wajib Dilakukan Sertifikasi Halal." *Universitas Jember*. Jember, 2016. <https://pasca.unej.ac.id/pakaian-tas-sepatu-dan-aksesoris-sebagai-barang-gunaan-yang-wajib-dilakukan-sertifikasi-halal/>.
- Adinugraha, Hendri Hermawan, and Mila Sartika. "Halal Lifestyle Di Indonesia." *An-Nisbah* 05, no. April (2019): 57–81. <http://ejournal.iain-tulungagung.ac.id/index.php/nisbah/article/view/1406>.
- Arjana, I Gusti Bagus. *Geografi Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif*. 2nd ed. Jakarta: PT Rajagrafindo Pustaka, 2016.
- Ayu, Risma, and Kinanti Khalwat Asyaria Ummi Kulsum Ridan Muhtadi Nissa Ayu Marlina. *Manajemen Bisnis Kontemporer*. Bandung: Media Sains Indonesia, 2022.
- Bahri, M. Apdu Rizal. "Hasil Wawancara," n.d.
- Bahrudin, and Illyas M. "Tracking and Tracing Technology for Halal Product Integrity over the Supply Chain." In *International Conference on Electrical Engineering and Informatics*. Bandung: IEEE, 2011. www.researchgate.net/publication/347402947.
- Faried, Annisa Ilmi, Rahmad Sembiring, and Lia Nazliana Nasution. "Enhance Of Halal Rule Development Model On Fashion Industry Indonesia." *International halal Conference & Exhibition 2019* 24, no. 9 (2019): 26–32. <https://journal.pancabudi.ac.id/index.php/ihce/article/view/630/595>.
- Fatkhaturrizqia, Dewi. "Hasil Wawancara," n.d.
- Furqon, Khoirul. "Wawancara Satgas Sertifikasi Halal," n.d.
- Haerisma, Alvien Septian. "Pengembangan Ekonomi Kreatif Bidang Fashion Melalui Bauran Pemasaran." *Al-Amwal : Jurnal Ekonomi dan Perbankan*

Syari'ah 10, no. 1 (2018): 91.
<https://www.syekhnrjati.ac.id/jurnal/index.php/amwal/article/view/2831>.

Harly, Gevin Sepria, and Damayanti Octavia. "Pengaruh Endorsement Fashion Blogger Terhadap Minat Beli Merek Lokal Pada Tahun 2013 – 2014 (Studi Kasus Pada Fashion Blogger Evita Nuh)." *Jurnal Manajemen Indonesia* 14 (2014). <https://journals.telkomuniversity.ac.id/ijm/article/view/358/254>.

Humas Kementrian Keuangan RI. "Sektor Industri Halal Memiliki Potensi Besar Dalam Perekonomian Nasional." *Article*. Last modified 2021. Accessed June 15, 2022. <https://www.kemenkeu.go.id/publikasi/berita/sektor-industri-halal-memiliki-potensi-besar-dalam-perekonomian-nasional/>.

I.C. Dinar Standard with: S.G. *Global Islamic Economy Report 2020. State of the Global Islamic Economy Report 2020/21*. Dubai, 2020. <https://www.icricinternational.org/state-of-the-global-islamic-economy-2020-21-report-is-published/>.

Ilmiani, Amalia, Titi Rahayu Prasetiani, and Catur Ragil Sutrisno. "Pemetaan Ekonomi Kreatif Sektor Kerajinan (Craft) Dan Potensi Craft Batik Di Kabupaten Pekalongan." *Pena* 32, no. 2 (2018): 24–32. <https://jurnal.unikal.ac.id/index.php/pena/article/view/803>.

Indonesia, Presiden Republik. *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 24 Tahun 2019 Tentang Ekonomi Kreatif Bab 1 Pasal 1*, 2019.

Islam, Azmi Muhammad, Ika Nurul Qamari, and Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. "Effect of Supply Chain Management on Competitive Advantage and Organizational Performance . Studies on the Batik Industry in Yogyakarta City." In *Proceedings of the 4th International Conference on Sustainable Innovation 2020-Accounting and Management*, 176:334–339, 2021. <https://www.atlantispress.com/proceedings/icosiams-20/125951470>.

Isnaeni, Aisyah. "Implementasi Halal Supply Chain Management Pada Industri Pengolahan Makanan (Studi Kasus: Restoran Taman Pringsewu

- Yogyakarta).” *Uii*, 2020. dspace.uui.ac.id.
- Iswanyo, Bella Anggraeni Tri. “Batik Laweyan Surakarta.” *uns XX* (2018): 15–30.
- Kemenag, BPJPH. “Pencarian Sertifikat Halal.” *SIHALAL*. Last modified 2022. Accessed September 6, 2022. <http://info.halal.go.id/cari/>.
- Kementrian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Humas. “Subsektor Ekonomi Kreatif Kemenparekraf / Baparekraf Republik Indonesia.” *Report*. Last modified 2021. Accessed June 16, 2022. <https://kemenparekraf.go.id/layanan/Subsektor-Ekonomi-Kreatif>.
- Listiyaningrum, Anita, Ade Rustiana, and Ahmad Saeroji. “Strategi Pengembangan Batik Berbasis Ekonomi Kreatif Kampung Batik Kauman Pekalongan.” *Business and Accounting Education Journal* 1, no. 2 (2020): 116–127. <https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/baej/article/view/41012>.
- Maghfiroh, Anik. “Hasil Wawancara,” n.d.
- Mastuki. “Update Sertifikasi Halal Di Indonesia: Ekspektasi Dan Kenyataan.” *Kementrian Agama RI*. Last modified 2021. Accessed September 1, 2022. <https://kemenag.go.id/read/update-sertifikasi-halal-di-indonesia-ekspektasi-dan-kenyataan-8njgk>.
- Moloeng, Lexy J. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2006.
- Muflihin, M. Dliyaul. “Kontruksi Indikator Halal Dalam Perkembangan Industri Halal Fashion” (2018).
- Nurdiyanti, Andini, and Muh Fakhrihun Na’am. “Batik Sumber Ide Ornamen Keraton Kasepuhan Cirebon.” *TEKNOBUGA: Jurnal Teknologi Busana dan Boga* 8, no. 1 (2020).
- Omar, E.N., H.S. Jaafar, and Osman. “Assessing Halalan-Toyyiban Food Supply

Chain in the Poultry Industry.” In *Procedia Social and Behavioral Science*. Kuala Lumpur, Malaysia: Elsevier Ltd, 2012.

Pangestu, Mari Elka. *Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025*. Jakarta, 2008. <http://dgi.or.id/wp-content/uploads/2015/05/hasil-konvensi-pengembangan-ekonomi-kreatif1.pdf>.

Pekalongan, Humas Museum Batik. “Mopok.” *Museum Batik Pekalongan*. Last modified 2014. <https://museumbatikpekalongan.info/?p=179>.

———. “Nembok.” *Museum Batik Pekalongan*. Last modified 2014. Accessed October 18, 2022. <https://museumbatikpekalongan.info/?p=186>.

———. “Ngelir.” *Museum Batik Pekalongan*. Last modified 2014. Accessed October 18, 2022. <https://museumbatikpekalongan.info/?p=182>.

———. “Nglorod.” *Museum Batik Pekalongan*. Last modified 2014. Accessed October 18, 2022. <https://museumbatikpekalongan.info/?p=186>.

———. “Ngrentesi.” *Museum Batik Pekalongan*. Last modified 2014. Accessed October 18, 2022. <https://museumbatikpekalongan.info/?p=188>.

———. “Nyolet.” *Museum Batik Pekalongan*. Last modified 2014. <https://museumbatikpekalongan.info/?p=32>.

———. “Nyumi’i.” *Museum Batik Pekalongan*. Last modified 2014. Accessed October 18, 2022. <https://museumbatikpekalongan.info/?p=190>.

Perindustrian, Pusat Data Kementrian. “Kemenperin: Perluas Pasar Industri Fesyen Dalam Negeri Lewat Indonesia Fashion Week 2018.” 9/11/2018. Jakarta Selatan, 2018. <https://www.kemenperin.go.id/artikel/4051/Mimpi-Indonesia:-Kiblat-Fashion-Muslim-Dunia>.

———. *Rencana Strategis Kementrian Perindustrian Tahun 2020-2024*. Jakarta, 2020. <https://www.kemenperin.go.id/download/25739/Renstra-Pusdatin-2020-2024>.

- Peristiwo, Hadi. "Indonesian Food Industry on Halal Supply Chains." *Food ScienTech Journal* 1, no. 2 (2020): 69.
- Presiden, Intruksi. *Intruksi Presiden No. 6 Tahun 2009 Tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif*, 2009.
- Purnamawati, Anni Muslimah, and Riskiyatul Khasanah. "Halal Fashion : Construction And Potential Industry Of Batik Pamekasan in Development of Halal Industry." In *Annual Conference on Islamic Economic and Law*, 2019. <https://conference.trunojoyo.ac.id/aciel/2nd/paper/view/68/51>.
- Purnomo, Rochmat Aldy. *Ekonomi Kreatif: Pilar Pembangunan Indonesia*. Surakarta: Ziyad Visi Media, 2016.
- Purwanto, and Zakaria Lantang Sukirno. "Inovasi Produk Dan Motif Seni Batik Pesisiran Sebagai Basis Pengembangan Industri Kreatif Dan Kampung Wisata Minat Khusus." *Jurnal Al-Azhar Indonesia Seri Pranata Sosial* 1, no. 4 (2012): 217–229. <https://jurnal.uai.ac.id/index.php/SPS/article/view/71>.
- Qardawy, Yusuf. *Al-Halalu Wa Al-Haramu Fi Al-Islam*. Kairo: Maktabah Wahbah, 1993.
- Rasi, R.Z., N.R. Masroom, and S Omar, S.S., Ahmad, M, F., Rohana. "Designing Halal Supply Chain: Malaysia's Halal Industry Scenarios." In *MATEC Web of Conferences*, 1–9, 2017.
- Ratnawati, Shinta. "Ekonomi Kreatif Dan Kaizen." *Riset Ekonomi dan Manajemen UNTIDAR* 1 (2018). <https://jurnal.untidar.ac.id/index.php/rekomen/article/view/713>.
- RI, Departemen Agama. *Al-Qur'an Dan Terjemahannya*. Surabaya: Mekar Surabaya, 2004.
- Risyaldi, Aslan, Muhammad Nusran, and Dirgahayu Lantara. "Studi Produk Halal Daging Ayam Potong Dengan Pendekatan Rantai Pasok (Supply Chain) Di Makassar." *International Journal Mathla'ul Anwar of Halal Issues* 1 (2021):

40–48. <https://journal.halalunmabanten.id/index.php/ijma/article/view/10/8>.

Rizki, Achmad Farid. “Pengembangan Bisnis Industri Konveksi Dalam Upaya Mendukung Industri Halal Fashion Di Jawa Timur.” UIN Sunan Ampel, 2020.

Rohaeni, Yeni, and Ahmad Hidayat Sutawijaya. “Pengembangan Model Konseptual Manajemen Rantai Pasok Halal Studi Kasus Indonesia.” *J@ti Undip : Jurnal Teknik Industri* 15, no. 3 (2020): 177–188.

Russel, Roberta, and B. Taylor. *Operations Management, Fourth Edition*. 4th ed. English: Prentice Hall of India; 4th edition, 2016.

Sadilah, Emiliana. “Industri Kreatif Berbasis Ekonomi Kreatif.” *Jurnal Jantra V* (2010).

Salafudin, Yusuf Nalim &. *Statistika Deskriptif*. Pekalongan: STAIN Pekalongan Press, 2012.

Sari, Anggri Puspita, Muhammad Faisal AR Pelu, Idah Kusuma Dewi, Marthinus Ismail, Robert Tua Siregar, Nina Mistriani, Elisabeth Lenny Marit, et al. *Ekonomi Kreatif. Yayasan Kita Menulis*. Vol. 53, 2020.

Sharif, Nur Nafhahatun Md, Nur Farhani Zarmani, Zeiad Amjad Abdul Razak Aghwan, Hakimah Haji Yaacob, Najahudin Lateh, Zety Sharizat Hamidi, Norlita Binti Dato Haj Mahalle, and Tomizawa Hisao. *Enhancing Halal Sustainability*. Singapore: Springer NatureSingapore Pte Ltd., 2019.

Shinta, Pancarini Ans. “Fashion in Islamic Perspective.” *Islamic Economic faculty, IAIN Syekh Nurjati Cirebon* (2018). https://mpira.ub.uni-muenchen.de/95084/1/MPRA_paper_95084.pdf.

Silviana, Ika. “Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pengembangan Produksi Batik Di Kampung Batik Pesindon Kota Pekalongan.” *Universitas Negeri Semarang*. Universitas Negeri Semarang, 2019. <http://lib.unnes.ac.id/33940/1/3301412159maria.pdf>.

- Sopanah, Syamsul Bahri, and Mohammad Ghozali. *Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka, 2020.
- Srimulyati, Toti, Viyolanda Azrimultiya, Budiwirman, and Herri. “Creative Economy/Creative Industry Development in Indonesia.” *International Journal of Innovative and Applied Research* 5, no. 5 (2017). http://repository.unp.ac.id/7984/1/586_IJIAR-21201.pdf.
- Statistika, Humas Badan Pusat. *Perkembangan Sektor Kreatif*, 2014. <https://www.republika.co.id/berita/nf0os918/bcic-promosikan-15-sektor-kreatif>.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2019.
- . *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2019.
- Sumarliah, Eli, Tieke Li, Technology Beijing, Bailin Wang, Technology Beijing, Fauziyah Fauziyah, Technology Beijing, and Indriya Indriya. “Blockchain-Empowered Halal Fashion Traceability System in Indonesia.” *International journal of Information Systems and Supply Chain Management* 15, no. 2 (2022). <https://www.igi-global.com/viewtitle.aspx?TitleId=287628&isxn=9781683180258>.
- Sumarliah, Eli, Tieke Li, and Bailin Wang. “Hijab Fashion Supply Chain: A Theoretical Framework Traversing Consumers’ Knowledge and Purchase Intention.” *MATEC Web of Conferences* 308 (2020): 04004.
- Sumarliah, Eli, Tieke Li, Bailin Wang, Anitha Moosa, and Irene Sackey. “The Impact of Customer Halal Supply Chain Knowledge on Customer Halal Fashion Purchase Intention.” *Information Resources Management Journal* 34, no. 3 (2021): 79–100.
- Suprianto, Aan. “Supply Chain Halal Management (Studi Kasus Penerapan

Supply Chain Halal Management Daging Ayam Di Pasar Wonokromo Dan Pasar Asem Surabaya),” 2019. http://digilib.uinsby.ac.id/36548/%0Ahttp://digilib.uinsby.ac.id/36548/1/AanSupriyanto_G03215001.pdf.

Sutrisno, Catur Ragil, Amalia Ilmiana, and Titi Rahayu Prasetiani. “Membangun City Image Kota Batik Melalui Penguatan Ekonomi Kreatif Industri Kerajinan (Craft).” In *Prosiding Seminar Nasional Unimus*, 1:281–292, 2018.

<https://prosiding.unimus.ac.id/index.php/semnas/article/view/32%0Ahttps://prosiding.unimus.ac.id/index.php/semnas/article/download/32/32>.

Syahbudi, Muhammad. *Ekonomi Kreatif Indonesia (Strategi Daya Saing UMKM Industri Kreatif Menuju Go Global)*. Medan: CV Merdeka Kreasi Grup, 2021.

Tamuntuan, N. “Analisis Saluran Distribusi Rantai Pasokan Sayur Wortel Di Kelurahan Rurukan Kota Tomohon.” *Jurnal EMBA* 1, no. 3 (2019).

Tieman, M., J. G. A. J. van Vorst, and M. Ghazali. “Principles in Halal Supply Chain Management.” *Journal of Islamic Marketing (JIMA)* 3, no. 3 (2012). <https://doi.org/10.1108/17590831211259727%0D>.

Tjondrowiguno, Ronald Kurniawan, Rolly Intan, and Kartika Gunadi. “Aplikasi Pengenalan Pola Batik Dengan Menggunakan Metode Gray-Level Cooccurrence Matrix.” *Infra* 5 (2017): 1. <https://publication.petra.ac.id/index.php/teknik-informatika/article/view/5156>.

Yudin Yunus. “Efektivitas UU Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal (JPH) Terhadap Sadar Halal Para Pelaku UMKM Di Kota Gorontalo.” *Ideas (Pendidikan, Sosial dan Budaya* 7, no. 33 (2021): 47–56. <https://jurnal.ideaspublishing.co.id/index.php/ideas/article/view/326>.

Zainuddin, A. Ngah Y., and R. Thurasamy. “Barriers and Enablers in Adopting

Halal Transportation Services: A Study of Malaysian Halal Manufacturers.”
International Journal of Business and Management 2 (2014).

Zulfakar, M. H., Anuar, M. M., and M. S. Ab Talib. “Conceptual Framework on Halal Food Supply Chain Integrity Enhancement.” In *Procedia - Social and Behavioral Sciences*. Malaysia: Elsevier Ltd., 2014.

Instruksi Presiden No. 6 Tahun 2009 Tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif, n.d.

Peraturan Presiden RI. No.72 Tahun 2015 Tentang Perubahan Atas Peraturan Presiden No.6 Tahun 2015 Tentang Badan Ekonomi Kreatif, n.d.

UU No. 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal, n.d.

