

ABSTRAK

Penelitian ini menggunakan teori kelembagaan sebagai lensa untuk menginvestigasi latar belakang kesuksesan perusahaan setelah mengadopsi Sistem Jaminan Halal (SJH). Penelitian berbasis survei dilakukan untuk menguji teori ini. Dengan menggunakan latar pada perusahaan-perusahaan yang telah mengadopsi SJH di D.I. Yogyakarta. Penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi tekanan institusional pada pengadopsian SJH yang mereka hadapi untuk mencapai kesuksesannya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa isomorfisma normatif memiliki pengaruh signifikan pada kesuksesan perusahaan setelah mengadopsi SJH. Artinya bahwa kesuksesan perusahaan setelah mengadopsi SJH dilatarbelakangi oleh tekanan dari konsumen. Sedangkan isomorfisma mimesis dan koersif pada pengadopsian SJH tidak berpengaruh signifikan terhadap kesuksesan perusahaan di D.I. Yogyakarta. Variabel kontrol berupa umur perusahaan, ukuran perusahaan, dan umur adopsi SJH juga tidak memperkuat pengujian. Hasil ini memberikan dukungan untuk variabel berbasis kelembagaan sebagai prediktor kesuksesan perusahaan setelah mengadopsi SJH. Makalah ini memiliki beberapa implikasi bagi berbagai pemangku kepentingan halal, yaitu industrialis, konsumen, pemerintahan, dan akademisi. Diharapkan makalah ini memperkuat pemahaman mereka tentang pentingnya sertifikasi Halal.

Kata Kunci: teori institusional, isomorfisma mimetik, isomorfisma koersif, isomorfisma normatif, pengadopsian sistem jaminan halal.

ABSTRACT

This study uses institutional theory as a lens to investigate the background of the company's success after adopting the Halal Assurance System (HAS). Survey-based research was carried out to test this theory by using a background of companies that have adopted HAS in D.I. Yogyakarta. This study aims to investigate the institutional isomorphism (pressure) on the adoption of the HAS they face to achieve success. The results show that normative isomorphism has a significant influence on the success of the company after adopting HAS. This means that the company's success is motivated by pressure from consumers to adopt HAS. While mimesis and coercive isomorphisms have no significant effects towards the company's success in D.I. Yogyakarta. Control variables such as firm age, firm size, and age of adoption of HAS also do not strengthen testing. These results provide supports for institutional-based variables as a predictor of corporate success after adopting HAS. The paper has some implications for various halal stakeholders, namely industrialists, the consumers, and academicians. It is hoped that this paper reinforces the managers' understanding on the importance of Halal certification.

Keywords: *institutional theory, mimetic isomorphism, coercive isomorphism, normative isomorphism, adoption of halal assurance system.*

