

Faktor-Faktor yang Menentukan Minat Pelaku UMKM dalam Mengajukan Sertifikasi Halal Produk Makanan dan Minuman di Rumah BUMN Bandung

Chusnul Amalia Shalihah*, Dewi Rahmi

Prodi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

*chusnulamalia25@gmail.com, dewirahmi484@gmail.com

Abstract. Halal certificate is a recognition of the halalness of a product issued by the Halal Product Guarantee Agency based on a written halal fatwa issued by the Indonesian Ulema Council. After having a halal certificate, a product can be declared safe for consumption and free from haram ingredients. Rumah BUMN Bandung is an initiative program from the Ministry of BUMN, Rumah BUMN as a forum for developing MSMEs for sustainable digital transformation development. This study aims to explore the factors that determine the interest of MSME actors in applying for halal certification of food and beverage products at Rumah BUMN Bandung. This study uses a quantitative descriptive method, using a type of primary data research from the distribution of questionnaires consisting of 93 respondents of MSME food and beverage products. The data analysis method is measured using the Likert Scale with validity and reliability tests. SPSS 25 is used to analyze the data in this study. The results of the study indicate that the factors that determine the interest of MSME actors in applying for halal certification of food and beverage products are attitude factors with indicators of belief and knowledge, subjective norm factors with indicators of pressure and social influence, behavioral control factors with indicators of encouragement, obstacles, and challenges. The most dominant factor determining the interest of MSME actors in applying for halal certification of food and beverage products at Rumah BUMN Bandung is the attitude factor with the belief indicator having the highest score compared to other factors.

Keywords: MSMEs, Halal Certification, Theory of Planned Behavior, halal certification interest.

Abstrak. Sertifikat halal adalah pengakuan kehalalan suatu produk yang dikeluarkan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal berdasarkan fatwa halal tertulis yang dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia. Setelah memiliki sertifikat halal, suatu produk dapat dinyatakan aman untuk dikonsumsi dan terbebas dari bahan haram. Rumah BUMN Bandung merupakan program inisiasi dari kementerian BUMN, Rumah BUMN sebagai wadah pengembangan UMKM untuk Pembangunan digital transformasi yang berkelanjutan. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi faktor-faktor yang menentukan minat pelaku UMKM dalam mengajukan sertifikasi halal produk makanan dan minuman di Rumah BUMN Bandung. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif, menggunakan jenis penelitian data primer hasil penyebaran kuesioner yang terdiri dari 93 responden UMKM produk makanan dan minuman. Metode analisis data diukur menggunakan Skala Likert dengan uji validitas dan reliabilitas. SPSS 25 digunakan untuk menganalisis data dalam penelitian ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor-faktor yang menentukan minat pelaku UMKM dalam mengajukan sertifikasi halal produk makanan dan minuman adalah faktor sikap dengan indikator keyakinan dan pengetahuan, faktor norma subyektif dengan indikator tekanan dan pengaruh sosial, faktor kontrol perilaku dengan indikator dorongan, hambatan, dan tantangan. Faktor yang paling dominan menentukan minat pelaku UMKM dalam mengajukan sertifikasi halal produk makanan dan minuman di Rumah BUMN Bandung adalah faktor sikap dengan indikator keyakinan dengan skor paling tinggi dibandingkan faktor-faktor lainnya.

Kata Kunci: UMKM, Sertifikasi Halal, Teori Perilaku Terencana, Minat Sertifikasi Halal.

A. Pendahuluan

Kehalalan suatu produk menjadi kebutuhan wajib bagi setiap konsumen, terutama konsumen muslim. Baik itu produk berupa makanan, obat-obatan maupun barang-barang konsumsi lainnya. Seiring besarnya kuantitas konsumen muslim di Indonesia, dengan sendirinya pasar Indonesia menjadi pasar konsumen muslim yang sangat besar. Oleh karena itu, jaminan akan produk halal menjadi suatu hal yang penting untuk mendapatkan perhatian dari negara. Lahirnya Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (UUJPH) bertujuan agar pihak konsumen (masyarakat luas) mendapatkan kepastian hukum terhadap produk makanan dan barang konsumsi lainnya.

Adanya aturan ini para pelaku UMKM harus mempertimbangkan aspek kehalalan suatu produk, agar komunitas muslim dapat memberikan kepercayaan kepada produk tersebut. Kesempatan ini dimanfaatkan dengan baik oleh para pemasar dengan cara mengajukan sertifikasi halal kepada produk yang sesuai dengan syariah islam. Sertifikasi halal adalah fatwa tertulis MUI yang menyatakan kehalalan suatu produk sesuai syariat islam melalui pemeriksaan yang terperinci oleh LPPOM MUI. Sertifikasi halal ini merupakan syarat untuk mendapatkan izin pencantuman label halal pada kemasan produk dari instansi pemerintah yang berwenang (Badan POM).

Berdasarkan data dari Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH 2023) Provinsi Jawa Barat bahwa jumlah UMKM dan jumlah sertifikasi halal memperlihatkan bahwa begitu sedikitnya pelaku usaha mikro kecil dan menengah di Jawa Barat yang mengajukan sertifikasi halal. Hal ini tidak sebanding dengan jumlah UMKM yang ada di Jawa Barat berdasarkan data jumlah UMKM di Jawa Barat yaitu berjumlah 3.081.767 UMKM, sedangkan yang sudah mendapatkan sertifikasi halal pada produknya yaitu hanya 25.282. Hal ini membuat kesenjangan antara jumlah produk yang tersertifikat halal sedikit dengan jumlah UMKM, sedangkan penduduk mayoritas Jawa Barat beragama islam.

Perlu diperhatikan bahwa keamanan pangan belum tentu menjamin kehalalan suatu produk, bahkan menyangkut keamanan pangan yang meliputi kebersihan tempat produksi. Terdapat banyak perusahaan usaha mikro, kecil, dan menengah yang belum mengajukan sertifikasi halal pada produknya, hal ini sangat disayangkan karena sertifikasi halal sangat penting untuk dimiliki para produsen guna meyakinkan konsumen muslim dalam memilih makanan, seperti kita ketahui bersama bahwa zaman sekarang ialah era globalisasi dengan perkembangan teknologi yang begitu pesat, dan produk-produk makanan dan minuman tanpa dipungkiri juga semakin banyak diolah. Hal ini membuat sulit untuk membedakan antara makanan halal dan haram (Putra 2022).

Oleh karena itu, para pelaku usaha kecil, menengah dan mikro di Jawa Barat perlu meningkatkan kesadaran akan pentingnya sertifikasi halal pada produknya. Produk makanan halal menghadirkan peluang yang sangat menjanjikan bagi keberlangsungan usaha karena pertumbuhan Islam yang pesat dan mampu meningkatkan daya beli konsumen serta dapat mempengaruhi kinerja usaha secara umum dan dapat meningkatkan tingkat penjualan pada khususnya (Putra 2022). Permasalahan yang dihadapi UMKM terutama Usaha Kecil Mikro adalah rendahnya kemampuan, pengetahuan dan keterampilan dalam proses sertifikasi halal produk sehingga membutuhkan bantuan dari berbagai pihak, baik oleh pemerintah maupun pihak swasta berupa pendampingan, salah satunya dilakukan oleh Rumah BUMN Bandung.

Rumah BUMN Bandung merupakan program inisiasi dari kementerian BUMN di Kota Bandung dibawah naungan dari BUMN Bank BRI. Tujuan didirikannya Rumah BUMN adalah sebagai rumah bagi para pelaku usaha/kreatif untuk berkumpul, belajar dan membina para pelaku UKM menjadi UMKM Indonesia yang berkualitas. (Jabar 2023).

Selain itu, Rumah BUMN Bandung juga melakukan berbagai kegiatan pendampingan termasuk melakukan pendampingan dalam sertifikasi halal dan untuk memperoleh sertifikasi halal para calon penerima wajib mengikuti pelatihan yang diadakan Rumah BUMN Bandung sebanyak 7 kali pelatihan dalam waktu sebulan. Sertifikasi halal menjadi salah satu upaya yang dilakukan Rumah BUMN Bandung untuk mendorong UMKM Bandung naik kelas dan pelatihan ini juga diharapkan dapat membantu para pelaku UMKM dalam memahami pentingnya sertifikasi halal (Bandung 2024).

Berdasarkan data dari Rumah BUMN Bandung (Bandung 2023) dan (Galamedia 2022) bahwa jumlah UMKM yang telah dibantu proses sertifikasi halal oleh Rumah BUMN Bandung sebagai berikut:

Tabel 1. Jumlah UMKM yang Telah Dibantu Proses Sertifikasi Halal Oleh Rumah BUMN Bandung

| Tahun | Jumlah UMKM | Jumlah Sertifikasi Halal |
|--------------|-------------|--------------------------|
| 2021 | 533 | 10 |
| 2022 | 1,073 | 14 |
| 2023 | 1,731 | 50 |
| Total | | 74 |

Sumber : Rumah BUMN Bandung, 2023 dan Galamedia, 2022

Berdasarkan tabel 1.2, UMKM yang telah dibantu dalam proses sertifikasi halal di Rumah BUMN Bandung mengalami peningkatan setiap tahunnya sedangkan jumlah UMKM yang sudah memiliki sertifikasi halal hanya 74 dari jumlah UMKM yang ada.

Dari tabel 1.4 dapat disimpulkan bahwa masih rendahnya minat para pelaku usaha UMKM dalam menggunakan sertifikasi halal pada produk makanan dan minuman yang di pasarkan, hal ini membuat masyarakat menjadi khawatir terhadap produk yang diciptakan dan ditawarkan oleh usaha mikro, kecil, dan menengah, karena tingkat konsumsi masyarakat di kota Bandung juga sangat tinggi, sudah seharusnya sertifikasi halal menjadi salah satu faktor untuk menambah kepercayaan para konsumen. Pemerintah juga sudah menetapkan Undang-Undang Jaminan Produk Halal (RUU-JPH) Nomor 33 Pasal 4 Tahun 2014 yang menyebutkan bahwa semua produk termasuk produk makanan dan farmasi harus tersertifikasi halal. Berdasarkan kenyataan dengan regulasi yang ada bahwa realisasi dari UUD tersebut belum sepenuhnya terlaksana. Sertifikasi halal yang seharusnya dimiliki guna meyakinkan konsumen atas kebersihan dan kehalalan produk makanan dan minuman itu masih diabaikan.

Dalam memformulasikan kebijakan untuk melakukan sosialisasi sertifikasi halal maka perlu penelitian yang terkait dengan minat, oleh karena itu ada beberapa penelitian terdahulu terkait minat pelaku UMKM dalam sertifikasi halal telah dilakukan. (Mya and Handayani 2023) dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa pelaku usaha bidang makanan dan minuman di Jakarta memiliki minat positif yang cukup baik terhadap program sertifikasi halal. Namun, tingkat pengetahuan para pelaku usaha tentang sertifikasi halal masih sangat rendah, sehingga sangat dibutuhkan sosialisasi yang lebih luas. Dari penelitian (Amalia Yunia Rahmawati 2020) menemukan bahwa faktor keyakinan, rasa keyakinan pelaku UMKM terhadap produk yang diproduksinya sudah halal. Sementara faktor lainnya yaitu pemahaman, kesadaran, dan biaya sertifikasi halal berpengaruh terhadap keputusan pelaku usaha dalam sertifikasi halal di Kota Balikpapan. Dari beberapa penelitian terdahulu, belum ditemukan penelitian yang mengkaji minat pelaku UMKM di wilayah Bandung khususnya di Rumah BUMN Bandung terhadap sertifikasi halal, maka dari itu penulis ingin mencari tau lebih dalam terkait **“Faktor-Faktor yang Menentukan Minat Pelaku UMKM dalam Mengajukan Sertifikasi Halal Produk Makanan dan Minuman di Rumah BUMN Bandung”**.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut: “Faktor-faktor apakah yang menentukan minat pelaku UMKM dalam mengajukan sertifikasi halal produk makanan dan minuman?”, “Faktor apakah yang paling dominan dalam menentukan minat pelaku UMKM dalam menentukan minat pelaku UMKM dalam mengajukan sertifikasi halal produk makanan dan minuman?”. Selanjutnya, tujuan dalam penelitian ini diuraikan dalam pokok-pokok sbb.

1. Untuk mengetahui faktor-faktor apakah yang menentukan minat pelaku UMKM dalam mengajukan sertifikasi halal produk makanan dan minuman
2. Untuk mengetahui faktor apakah yang paling dominan dalam menentukan minat pelaku UMKM dalam menentukan minat pelaku UMKM dalam mengajukan sertifikasi halal produk makanan dan minuman

B. Metodologi Penelitian

Jenis penelitian yang dipakai pada penelitian ialah kuantitatif. Penelitian kuantitatif yaitu penelitian yang menggunakan metode bilangan untuk mendeskripsikan observasi suatu objek atau variabel secara langsung menggunakan google form yang berhubungan dimana bilangan menjadi bagian dari pengukuran. (Sugiyono 2008). Pendekatan penelitian yang dipakai pada penelitian ialah deskriptif kuantitatif. Populasi yang dipilih dalam penelitian ini adalah UMKM di Rumah BUMN Bandung yang berjumlah 1,549 UMKM. Sampel yang digunakan yaitu purposive sampling diperoleh jumlah sampel penelitian sebanyak 93 UMKM. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi dan angket/kuesioner dengan memakai pengukuran skala likert. Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas dan uji reliabilitas.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur apakah suatu instrument penelitian benar-benar *valid* atau tidak. Pengujian ini dilakukan menggunakan perangkat lunak komputer SPSS 25 dengan membandingkan nilai R hitung atau *correlation* dengan R tabel pada signifikansi 5%. Nilai R tabel dengan jumlah responden sebanyak 93 orang diperoleh nilai sebesar 0,204. Nilai sebuah instrument dikatakan *valid* jika R hitung > R tabel. Tabel hasil uji validitas adalah sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

| Item | <i>Corrected Item-Total Correlation</i> | R Tabel | Kesimpulan |
|--|---|---------|------------|
| Keyakinan | | | |
| X1 | 0,925 | 0,204 | Valid |
| X2 | 0,903 | 0,204 | Valid |
| X3 | 0,820 | 0,204 | Valid |
| Pengetahuan | | | |
| T1 | 0,779 | 0,204 | Valid |
| T2 | 0,848 | 0,204 | Valid |
| T3 | 0,826 | 0,204 | Valid |
| T4 | 0,778 | 0,204 | Valid |
| T5 | 0,739 | 0,204 | Valid |
| Tekanan dan Pengaruh Sosial | | | |
| Y1 | 0,709 | 0,204 | Valid |
| Y2 | 0,874 | 0,204 | Valid |
| Y3 | 0,805 | 0,204 | Valid |
| Y4 | 0,775 | 0,204 | Valid |
| Y5 | 0,798 | 0,204 | Valid |
| Dorongan, Hambatan, dan Tantangan | | | |
| W1 | 0,723 | 0,204 | Valid |
| W2 | 0,712 | 0,204 | Valid |
| W3 | 0,788 | 0,204 | Valid |
| W4 | 0,795 | 0,204 | Valid |

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 25, 2024

Berdasarkan Tabel 4.1, seluruh indikator pada masing-masing variabel dengan 93 responden adalah *valid*. Seluruh indikator menunjukkan nilai *corrected total item correlation* lebih dari r Tabel (0,204).

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui tingkat konsistensi terhadap instrument-instrumen yang mengukur konsep. Reliabilitas merupakan syarat untuk tercapainya validitas suatu kuesioner dengan tujuan tertentu. Dalam mengukur reliabilitas alat pengukur yang digunakan adalah Teknik *Alpha Cronbach*. Berikut ini merupakan hasil uji reliabilitas.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

| Variabel | Alpha | r Tabel | Keterangan |
|-----------------------------------|-------|---------|------------|
| Keyakinan | 0,855 | 0,204 | Reliabel |
| Pengetahuan | 0,851 | 0,204 | Reliabel |
| Tekanan dan Pengaruh Sosial | 0,838 | 0,204 | Reliabel |
| Dorongan, Hambatan, dan Tantangan | 0,737 | 0,204 | Reliabel |

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS 25, 2024

Berdasarkan Tabel 4.2 uji reliabilitas, koefisien alpha dari variabel-variabel yang diamati memiliki tingkat keandalan yang bervariasi, dan beberapa variabel memiliki nilai *Cronbach Alpha* yang memiliki nilai kritis r tabel sebesar 0,204. Dari hal ini, kita dapat menyimpulkan bahwa semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini dianggap memiliki tingkat reliabilitas yang memadai.

Pembahasan

Faktor-Faktor yang Menentukan Minat Pelaku UMKM Dalam Mengajukan Sertifikasi Halal Produk Makanan dan Minuman

Tujuan penelitian ini yaitu menganalisis minat pelaku UMKM dalam mengajukan sertifikasi halal produk makanan dan minuman di Rumah BUMN Bandung. Adapun alat analisis yang digunakan yaitu analisis deskriptif untuk menjelaskan alasan-alasan responden. Berdasarkan teori Perilaku Terencana (*Theory of Planned Behavior*/disingkat TPB) terdapat tiga faktor yang dapat menentukan minat pelaku UMKM yaitu sebagai berikut:

1. Sikap

Faktor sikap ditentukan oleh dua indikator yaitu:

a. Keyakinan

Keyakinan pada dasarnya merupakan prinsip pedoman hidup yang memberikan arah dan makna dalam hidup. Keyakinan adalah filter yang telah ditetapkan dan terorganisir terhadap persepsi kita terhadap dunia (eksternal dan internal) (Rao *et al.* 2009). Adapun hasil pembobotan terhadap 3 butir pernyataan mengenai keyakinan yang terkait dengan minat dalam mengajukan sertifikasi halal produk makanan dan minuman adalah sebagai berikut:

Tabel 4. Jawaban Responden Berdasarkan Keyakinan

| Pernyataan | SS | S | TS | STS | Total Skor | Persentase Capaian | Ket |
|--|----|---|----|-----|------------|--------------------|-----|
| Saya meyakini hukum halal dan haram dalam islam | 86 | 6 | 0 | 1 | 363 | 97,5% | SB |
| Saya meyakini kewajiban terhadap menyediakan makanan dan minuman halal dan thayyib | 82 | 9 | 1 | 1 | 358 | 96,2% | SB |

| Pernyataan | SS | S | TS | STS | Total Skor | Persentase Capaian | Ket |
|--|----|----|----|-----|------------|--------------------|-----|
| Saya meyakini dan menyadari pentingnya sertifikasi halal | 78 | 14 | 1 | 0 | 356 | 95,6% | SB |
| Rata-Rata | | | | | | 96,5% | SB |

Sumber: Hasil Olah Data, 2024

Dari hasil pengolahan data di atas, teridentifikasi bahwa instrument keyakinan memiliki nilai 96,5% dengan kategori sangat berminat. Hal tersebut menunjukkan bahwa adanya nilai-nilai islam yang diimplementasikan ke dalam keputusan minat mengajukan sertifikasi halal.

b. Pengetahuan

Pengetahuan merupakan segenap hasil dari kegiatan mengetahui berkenaan dengan sesuatu obyek (dapat berupa suatu hal atau peristiwa yang dialami subyek). (Octaviana and Ramadhani 2021). Adapun hasil pembobotan terhadap 5 butir pernyataan terkait dengan minat mengajukan sertifikasi halal produk makanan dan minuman adalah sebagai berikut:

Tabel 5. Jawaban Responden Berdasarkan Pengetahuan

| Pernyataan | SS | S | TS | STS | Total Skor | Persentase Capaian | Ket |
|--|----|----|----|-----|------------|--------------------|-----|
| Saya mengetahui tentang sertifikasi halal | 55 | 33 | 5 | 0 | 329 | 88,4% | SB |
| Saya mengetahui tentang proses produk halal | 52 | 33 | 8 | 0 | 323 | 86,8% | SB |
| Saya mengetahui tentang proses pengajuan sertifikasi halal | 45 | 32 | 16 | 0 | 309 | 83% | SB |
| Saya mengetahui manfaat dari sertifikasi halal | 60 | 32 | 0 | 1 | 337 | 90,5% | SB |
| Saya mengetahui tentang bahan baku yang halal dan haram | 65 | 26 | 1 | 1 | 341 | 91,6% | SB |
| Rata-Rata | | | | | | 88,1% | SB |

Sumber: Hasil Olah Data, 2024

Dari hasil pembobotan seluruh indikator pembentuk pengetahuan, teridentifikasi bahwa nilai bobot pengetahuan memiliki nilai 88,1% yang berada pada *rank* sangat berminat. Hal ini mengindikasikan bahwa UMKM di Rumah BUMN Bandung sangat berminat dalam mengajukan sertifikasi halal itu karena pengetahuan. Artinya, UMKM di Rumah BUMN Bandung tidak mengabaikan bahwa pengetahuan mengenai sertifikasi halal, proses tentang produk halal, dan mengetahui tentang bahan baku yang halal dan haram merupakan faktor yang membuat UMKM di Rumah BUMN Bandung memilih untuk sertifikasi halal dan menyadari betapa pentingnya sertifikasi halal.

Maka kesimpulan pada penelitian kedua indikator ini menguatkan teori Perilaku Terencana (*Theory of Planned Behavior*/disingkat TPB) yaitu faktor sikap dengan indikator keyakinan dan pengetahuan merupakan bagian dari konstruk *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi minat pelaku UMKM dalam mengajukan sertifikasi halal. Penelitian yang telah dilakukan (Sholihah and Setiawan 2022) menunjukkan bahwa dilihat dari segi sikap, para pelaku UMKM akan melakukan sertifikasi halal apabila hal tersebut berpengaruh positif dan menguntungkan terhadap usahanya baik dari segi kualitas, pemasaran, penjualan dan omset.

2. Norma Subyektif

Norma subyektif ditentukan oleh indikator Tekanan dan Pengaruh Sosial. Tekanan sosial adalah dampak langsung rekan-rekan sejawat terhadap seorang individu yang membuat mereka mengikuti rekan mereka dengan mengubah perilaku, nilai, dan sikap, agar mereka dapat menyesuaikan diri dengan kelompok atau individu yang mempengaruhi mereka. (Ensiklopedia 2023). Adapun hasil pembobotan terhadap 5 butir pernyataan mengenai tekanan dan pengaruh sosial yang terkait dengan minat UMKM dalam mengajukan sertifikasi halal produk makanan dan minuman adalah sebagai berikut:

Tabel 6. Jawaban Responden Berdasarkan Tekanan dan Pengaruh Sosial

| Pernyataan | SS | S | TS | STS | Total Skor | Persentase Capaian | Ket |
|---|----|----|----|-----|------------|--------------------|-----|
| Saya termotivasi memenuhi saran orang lain untuk sertifikasi halal | 46 | 39 | 4 | 4 | 313 | 84,1% | SB |
| Saya meyakini bahwa dengan sertifikasi halal akan mendatangkan lebih banyak konsumen | 63 | 27 | 2 | 1 | 338 | 90,8% | SB |
| Saya meyakini produk yang memiliki sertifikasi halal dapat berdaya jual tinggi | 60 | 29 | 3 | 1 | 334 | 89,7% | SB |
| Sertifikasi halal dapat memberi jaminan berupa kepercayaan kepada konsumen | 76 | 16 | 0 | 1 | 353 | 94,8% | SB |
| Sertifikasi halal mampu mengalahkan pesaing dari produk lain yang belum mempunyai sertifikasi halal | 56 | 32 | 5 | 0 | 330 | 88,7% | SB |
| Rata-Rata | | | | | | 89,6% | SB |

Sumber: Hasil Olah Data, 2024

Berdasarkan hasil pengolahan data pada tabel 6 dapat dilihat bahwa tanggapan responden terhadap indikator tekanan dan pengaruh sosial ini memperoleh persentase pencapaian sebanyak 89,6% atau berada pada kategori sangat berminat. Hasil tersebut menjelaskan bahwa UMKM di Rumah BUMN Bandung memiliki tekanan dan pengaruh sosial dalam minat mengajukan sertifikasi halal produk makanan dan minuman.

Maka kesimpulan pada penelitian indikator ini menguatkan teori Perilaku Terencana (*Theory of Planned Behavior*/disingkat TPB) yaitu faktor norma subyektif dengan indikator tekanan dan pengaruh sosial merupakan bagian dari konstruk *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi minat pelaku UMKM dalam mengajukan sertifikasi halal. Penelitian yang telah dilakukan (Khasanah 2023) menunjukkan bahwa norma subyektif berpengaruh signifikan dan positif terhadap intensi pendaftaran sertifikasi halal produk makanan dan minuman di Kabupaten Malang.

3. Kontrol Perilaku

Kontrol Perilaku ditentukan oleh indikator Dorongan, Hambatan, dan Tantangan. Dorongan adalah kekuatan penggerak yang membangkitkan kegiatan dalam diri makhluk hidup dan memotori tingkahlaku serta mengarahkannya pada suatu tujuan atau berbagai

tujuan. (Imron 2015). Menurut Oemar (1992:72) hambatan adalah segala sesuatu yang menghalangi, merintang, menghambat yang ditemui manusia atau individu dalam kehidupannya sehari-hari yang datangnya silih berganti, sehingga menimbulkan hambatan bagi individu yang menjalaninya untuk mencapai tujuan. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) tantangan merupakan hal atau objek yang menggugah tekad untuk meningkatkan kemampuan mengatasi masalah artinya sebuah hal yang membuat semakin tekad dalam melakukan sesuatu dan mendapatkan hasil. Adapun hasil pembobotan terhadap 4 butir pernyataan mengenai dorongan, hambatan dan tantangan yang terkait dengan minat UMKM dalam mengajukan sertifikasi halal adalah sebagai berikut:

Tabel 7. Jawaban Responden Berdasarkan Dorongan, Hambatan, dan Tantangan

| Pernyataan | SS | S | TS | STS | Total Skor | Persentase Capaian | Ket |
|---|----|----|----|-----|------------|--------------------|-----|
| Adanya dorongan dari kebijakan pemerintah membuat saya memutuskan untuk sertifikasi halal | 43 | 41 | 6 | 3 | 310 | 83,3% | SB |
| Adanya keberanian dalam menghadapi kesulitan, risiko, dan tantangan untuk sertifikasi halal | 37 | 42 | 11 | 3 | 299 | 80,3% | SB |
| Saya mampu mengatasi permasalahan yang dihadapi dalam proses sertifikasi halal | 39 | 44 | 10 | 0 | 308 | 82,7% | SB |
| Saya mampu memenuhi segala keperluan yang dibutuhkan ketika sertifikasi halal | 47 | 40 | 6 | 0 | 320 | 86% | SB |
| Rata-Rata | | | | | | 83,1% | SB |

Sumber: Hasil Olah Data, 2024

Berdasarkan tabel 4.7 faktor kontrol perilaku dengan indikator dorongan, hambatan, dan tantangan mencapai persentase sebesar 83,1% atau berada pada kategori sangat berminat. Maka kesimpulan pada penelitian indikator ini menguatkan teori Perilaku Terencana (*Theory of Planned Behavior*/disingkat TPB) yaitu faktor kontrol perilaku indikator dorongan, hambatan, dan tantangan merupakan bagian dari konstruk *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi minat pelaku UMKM dalam mengajukan sertifikasi halal. Penelitian yang telah dilakukan (Asyifa 2023) menunjukkan bahwa kontrol perilaku berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pelaku usaha mikro dan kecil sehingga saat kontrol perilaku meningkat maka akan dapat meningkatkan minat pelaku usaha mikro dan kecil dalam memperoleh sertifikat halal di Kota Makassar.

Faktor yang Paling Dominan Menentukan Minat Pelaku UMKM dalam Mengajukan Sertifikasi Halal Produk Makanan dan Minuman

Faktor yang paling dominan dalam menentukan minat pelaku UMKM dalam mengajukan sertifikasi halal produk makanan dan minuman di Rumah BUMN Bandung dapat dilihat dari rata-rata bobot setiap faktor. Bobot pada setiap faktor dapat dilihat pada tabel 4.8 sebagai berikut:

Tabel 8. Hasil Rata-rata Bobot Pada Tiap Faktor Terhadap Minat Pelaku UMKM Dalam Mengajukan Sertifikasi Halal Produk Makanan dan Minuman

| No | Faktor-Faktor yang Menentukan Minat Pelaku UMKM Dalam Mengajukan Sertifikasi Halal Produk Makanan dan Minuman | Hasil Rata-Rata | Keterangan |
|-------------------------|---|-----------------|-----------------|
| Sikap | | | |
| 1 | Keyakinan | 96,5% | Sangat Berminat |
| 2 | Pengetahuan | 88,1% | Sangat Berminat |
| Norma Subyektif | | | |
| 3 | Tekanan dan Pengaruh Sosial | 89,6% | Sangat Berminat |
| Kontrol Perilaku | | | |
| 4 | Dorongan, Hambatan, dan Tantangan | 83,1% | Sangat Berminat |

Sumber: Hasil Olah Data, 2024

Dari tabel di atas, teridentifikasi bahwa faktor-faktor yang menentukan minat UMKM dalam mengajukan sertifikasi halal di Rumah BUMN Bandung karena faktor sikap dengan indikator keyakinan, kemudian disusul oleh faktor norma subyektif dengan indikator tekanan dan pengaruh sosial, faktor sikap dengan indikator pengetahuan, faktor kontrol perilaku dengan indikator dorongan, hambatan, dan tantangan. Artinya tingkat faktor sikap dengan indikator keyakinan UMKM menjadi faktor utama dalam memutuskan minat mengajukan sertifikasi halal produk makanan dan minuman di Rumah BUMN Bandung. Hal ini menunjukkan sikap religius atau *istiqamah* yang dimiliki setiap UMKM di Rumah BUMN Bandung. Meskipun tidak dapat dipungkiri bahwa masih ada UMKM yang belum merubah mindsetnya untuk mengajukan sertifikasi halal produk makanan dan minuman.

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan pada bab IV mengenai faktor-faktor yang menentukan minat pelaku UMKM dalam mengajukan sertifikasi halal produk makanan dan minuman di Rumah BUMN Bandung dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Faktor-faktor yang menentukan minat pelaku UMKM dalam mengajukan sertifikasi halal produk makanan dan minuman adalah faktor sikap yang ditunjukkan dengan indikator keyakinan dan pengetahuan, lalu faktor norma subyektif yang ditunjukkan dengan indikator tekanan dan pengaruh sosial, dan yang terakhir faktor kontrol perilaku yang ditunjukkan dengan indikator dorongan, hambatan, dan tantangan.
2. Dari hasil rekapitulasi bobot pada setiap faktor yang menentukan minat pelaku UMKM dalam mengajukan sertifikasi halal produk makanan dan minuman, dilihat dari nilai rata-rata empat indikator, faktor yang paling dominan menentukan minat pelaku UMKM dalam mengajukan sertifikasi halal produk makanan dan minuman di Rumah BUMN Bandung yaitu faktor sikap dengan indikator keyakinan dengan skor paling tinggi dibandingkan faktor-faktor lainnya. Artinya, faktor yang paling dominan menentukan minat pelaku UMKM dalam mengajukan sertifikasi halal adalah nilai-nilai agama yang dipahami oleh UMKM serta pemahaman yang utuh terkait dengan sertifikasi halal dan betapa pentingnya sertifikasi halal bagi produk.

Acknowledge

Peneliti mengucapkan terimakasih kepada kedua orang tua, Dosen Pembimbing, Dosen Program Studi Ekonomi Pembangunan FEB Unisba, dan seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terimakasih atas bantuan, dukungan, doa dan semangatnya.

Daftar Pustaka

- [1] Ahmad Kholik, And Dewi Rahmi. 2023. “Strategi Pengembangan Umkm Makanan Dan Minuman Di Kelurahan Tamansari Kota Bandung.” *Jurnal Riset Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*: 133–42. Doi:10.29313/Jrieb.V3i2.2796.
- [2] Amalia Yunia Rahmawati. 2020. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pelaku Usaha Untuk Mengajukan Sertifikasi Halal Produk Umkm Di Kota Balikpapan.” (July): 1–23.
- [3] Asyifa, Ziana. 2023. “Faktor Penentu Minat Pelaku Usaha Mikro Dan Kecil Dalam Memperoleh Sertifikat Halal Di Kota Makassar.”
- [4] Azkia Rahma Pradinda, And Nurfahmiyati. 2023. “Pengaruh Label Halal Dan Tingkat Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Kosmetik Pixy.” *Jurnal Riset Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*: 101–10. Doi:10.29313/Jrieb.V3i2.2857.
- [5] Bandung, Rumah Bumn. 2023. “Kolaborasi Rumah Bumn Bandung... | Rumah Bumn.” <https://Rumah-Bumn.Id/Informasi/News/Detail/Kolaborasi-Rumah-Bumn-Bandung-Bersama-Sokoguru-Rumah-Bumn-Bandung-Serahkan-50-Sertifikasi-Halal-Bagi-Umkm> (June 1, 2024).
- [6] Bandung, Rumah Bumn. 2024. “Sosialisasi & Fasilitasi... | Rumah Bumn.” <https://Rumah-Bumn.Id/Informasi/News/Detail/Sosialisasi-Fasilitasi-Sertifikasi-Halal-Skema-Self-Declare-Bagi-Umkm> (June 1, 2024).
- [7] Bpjjph. 2023. “Satu Data - Kementerian Agama Ri.” <https://Satudata.Kemenag.Go.Id/Dataset/Detail/Jumlah-Penerbitan-Sertifikat-Halal-Menurut-Skala-Usaha> (June 10, 2024).
- [8] Ensiklopedia. 2023. “Tekanan Sosial.” https://P2k.Stekom.Ac.Id/Ensiklopedia/Tekanan_Sosial (May 7, 2024).
- [9] Galamedia. 2022. “Rumah Bumn Bandung Bantu 14 Pelaku Umkm Raih Sertifikasi Halal - Galamedia News.” <https://Galamedia.Pikiran-Rakyat.Com/News/Pr-353711151/Rumah-Bumn-Bandung-Bantu-14-Pelaku-Umkm-Raih-Sertifikasi-Halal?Page=All> (June 1, 2024).
- [10] Imron. 2015. “View Of Dorongan Fisiologis, Psikis Dan Spiritual Dalam Al Qur‘An.” <https://Journal.Unimma.Ac.Id/Index.Php/Tarbiyatuna/Article/View/278/212> (May 7, 2024).
- [11] Jabar, Kreasi. 2023. “Rumah Bumn Bandung Bank Bri - Kreasi Jabar.” <https://Kreasijabar.Id/Ekraf/Rumah-Bumn-Bandung-Bank-Bri> (June 1, 2024).
- [12] Khasanah, Maulida. 2023. “Pengaruh Attitude, Subjective Norm Dan Behavior Control Terhadap Intensi Pendaftaran Sertifikasi Halal Produk Makanan Dan Minuman Pada Usaha Mikro Di Kabupaten Malang.”
- [13] Mya, Virda Alya Novbira, And Tati Handayani. 2023. “Minat Pelaku Usaha Mikro Bidang Makanan Dan Minuman Di Dki Jakarta Terhadap Program Sertifikasi Halal Gratis.” *Islamic Economics And Business Review* 2(2): 235–49. Doi:10.59580/Iesbir.V2i2.6240.
- [14] Octaviana, Dila Rukmi, And Reza Aditya Ramadhani. 2021. “Hakikat Manusia: Pengetahuan (Knowledge), Ilmu Pengetahuan (Sains), Filsafat Dan Agama.” 2(2): 3–6.
- [15] Putra, Fadinsi Prima. 2022. “Strategi Pemasaran Produk Umkm Melalui Sertifikasi Halal Mui: Studi Komparatif Terhadap Produsen Bersertifikat Dan Belum Bersertifikat Halal Mui Di Rumah Bumn Bandung.”
- [16] Rao, T. S.Sathyanarayana, M. R. Asha, K. S.Jagannatha Rao, And P. Vasudevaraju. 2009. “The Biochemistry Of Belief.” *Indian Journal Of Psychiatry* 51(4): 239. Doi:10.4103/0019-5545.58285.
- [17] Sholihah, Amaliatus, And Firman Setiawan. 2022. “Pendekatan Theory Of Planned Behavior Dalam Melakukan Sertifikasi Halal Bagi Pelaku Umkm Sektor Halal Food Di Kabupaten Bangkalan.” *Jurnal Maneksi* 11(2): 427–39. Doi:10.31959/Jm.V11i2.1231.
- [18] Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung.