

Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan Dan *Halal Awareness* Terhadap Keputusan Pelaku UMKM Dalam Mendaftarkan Sertifikasi Halal Di Desa Dukuhdempok

Vinda Nur Meirahmawati

Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Jember.
E-mail: vindanurmeira515@gmail.com

Dimas Herliandes Shodiqin M.E.I

Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Jember.
E-mail: dherliandis@unmuh.jember.ac.id

Siti Khayisatuzahro Nur M.E.I

Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Jember
E-mail : sitikhayisatuzahro.nur@gmail.com

ARTICLE INFO

Kata Kunci:

Religiusitas, Pengetahuan, Halal Awareness, Pengambilan Keputusan, Sertifikasi Halal

Keyword:

Religiosity, Knowledge, Halal Awareness, Decision Making, Halal Certification

Doi:

10.32528/at.v7i1.2987

ABSTRACT

Indonesia merupakan Negara yang mempunyai penduduk mayoritas beragama Islam. Agama Islam mengatur umatnya untuk senantiasa mengkonsumsi makanan halal. Pemerintah Indonesia mewajibkan Usaha mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) untuk memiliki sertifikat halal untuk produk yang dipasarkan. Pemerintah memberikan fasilitas berupa program sertifikasi halal gratis bagi pelaku usaha UMKM. Tidak semua pelaku UMKM mempunyai kemauan mendaftarkan produknya. Fenomena ini terjadi pada pelaku UMKM di Desa Dukuhdempok Kecamatan Wuluhan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh religiusitas, pengetahuan dan halal awaresess terhadap keputusan pelaku UMKM dalam mendaftarkan sertifikat halal di Desa Dukuhdempok. Metode penelitian ini menggunakan cara kuantitatif. Peneliti melakukan pengumpulan data terhadap 100 responden melalui kuisioner. Penelitian menunjukkan faktor religiusitas dan pengetahuan tidak berpengaruh, sedangkan faktor halal awareness berpengaruh terhadap keputusan pelaku UMKM dalam mendaftarkan sertifikasi halal. Secara simultan, faktor religiusitas, pengetahuan, dan halal awareness berpengaruh signifikan terhadap keputusan mendaftarkan sertifikat halal.

Indonesia is country with majority Muslim. Islam regulates its people to always consume halal food. The Indonesian government requires micro, small and medium enterprises (MSME) to have halal certificates for products marketed. The government provides facilities in the form of free halal certification program for MSME business actors. MSME actors do not the willingness to register their products. This phenomenon occurred to MSME actors in Dukuhdempok Village, Wuluhan District. This study aims to determine the influence of religiosity, knowledge and halal awareness on the decision of MSME actors in registering halal certificates in Dukuhdempok Village. This study uses a quantitative method. The researcher collected data on 100 respondents through online and offline questionnaires. The results of the study show that the factors of religiosity and knowledge have no effect on the decision of MSME actors in registering halal certification, while the halal awareness factor affects the decision of MSME actors in registering halal certification. Simultaneously, the factors of religiosity, knowledge, and halal awareness have a significant effect on the decisions of MSME actors in Dukuhdempok Village regarding halal certification registration.

Pendahuluan

Indonesia memiliki penduduk beragama Islam terbesar didunia, jumlah umat Islam di Indonesia mencapai 241,7 juta jiwa. Jumlah tersebut mencakup 87,02% dari total penduduk Indonesia (Rizaty, 2023). Ajaran agama Islam mempunyai syariat yang mengatur kehidupan pemeluknya, termasuk tentang makanan dan pakaian. Islam memerintahkan pengikutnya untuk selektif dalam mengkonsumsi makanan. Al-Quran Surah Al-Baqarah (168) menunjukkan perintah untuk kaum muslimin mengkonsumsi makanan yang halal dan baik. Berdasarkan jumlah data penduduk beragama islam di Indonesia, maka hal ini menunjukkan bahwa Indonesia mempunyai pasar dan potensi dalam pengelolaan industry berbasis halal.

Data perputaran produk halal pada tahun 2019 sebesar \$144 miliar dan terus mengalami peningkatan (Hasanah *et al*, 2022). Data Kementrian koperasi RI menunjukkan trend konsumsi produk industri halal dapat mencapai 1,38 triliun USD pada tahun 2024. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen mempunyai kecenderungan memperhatikan kehalalan suatu produk. Potensi industri halal yang besar membuat pemerintah berusaha melakukan optimalisasi berupa dukungan kepada UMKM untuk memberikan peningkatan kualitas produk, diantara peningkatan kualitas produk adalah dengan mempunyai sertifikat halal untuk produknya. Konsumen merasa aman mengkonsumsi produk yang telah mempunyai sertifikat halal.

Pemerintah Indonesia mewajibkan produk UMKM dibidang makanan dan minuman mempunyai sertifikat halal pada akhir tahun 2024 dan diperpanjang sampai tahun 2026. Tujuan pemerintah mewajibkan sertifikasi halal pada produk makanan dan minuman adalah untuk memberikan nilai tambah kepada produk serta menjamin keamanan konsumen. Pemerintah Indonesia melalui badan penyelenggara jaminan produk halal (BPJPH) meluncurkan program sertifikat halal gratis berupa program SEHATI (sertifikat halal gratis) kepada pelaku UMKM. Kerjasama antara BPJPH dan kemenag mempunyai tujuan melakukan pembinaan dan bertindak sebagai fasilitator bagi UMKM di Indonesia (Nur dan Istikomah, 2021). Program sertifikasi halal gratis melalui cara *self declare* diharapkan mampu mendorong pelaku UMKM mendaftarkan produknya untuk mendapatkan sertifikat halal dengan proses yang mudah dan tidak memerlukan biaya. Self declare berlaku bagi produk dengan bahan beresiko rendah (Fitri dan Mardiah, 2023)

Pemerintah telah melakukan kerjasama dengan pendamping produk halal (PPH) untuk melakukan Sosialisasi kepada pelaku UMKM tentang pentingnya sertikat halal bagi suatu produk. Data UMKM yang telah mendapatkan sertifikat halal di Kecamatan Wuluhan sebanyak 1.245 dengan 37 UMKM di desa Dukuhdempok pada tahun 2024. Data ini menunjukkan bahwa mayoritas UMKM didesa Dukuhdempok yang berjumlah 227 UMKM belum mendaftarkan sertifikasi halal.

Peneliti mengamati bahwa masyarakat desa Dukuhdempok merupakan masyarakat yang menjalankan nilai nilai syariat Islam. Ditilik dari masyarakat yang rajin melakukan ibadah sholat fardhu. Peneliti berasumsi bahwa pelaku UMKM di desa Dukuhdempok belum mengetahui informasi tentang keuntungan sertifikasi halal bagi suatu produk.

Peneliti ingin mengetahui dengan pengaruh religiusitas, pengetahuan dan *halal awareness* terhadap keputusan pelaku UMKM dalam mendaftarkan sertifikasi halal di Desa Dukuhdempok.

Tinjauan Pustaka

Religiusitas

Religiusitas adalah tingkat keyakinan dan sikap seseorang terhadap ajaran agama yang dianut. Hal ini dapat diketahui dari praktik ritual ibadah dan hubungan sosial kepada makhluk Tuhan lainnya (Suryadi, 2021). Religiusitas secara etimologi mempunyai arti mengikat, yaitu suatu ikatan atau aturan yang harus dijalankan oleh menganut terhadap sesuatu yang diyakini (agama). Reliusitas dapat diukur melalui beberapa dimensi, yaitu dimensi keyakinan, peribadatan, penghayatan, pengetahuan agama, dan pengamalan.

Dimensi keyakinan merupakan dimensi yang mengukur tingkat keyakinan terhadap ajaran yang ditetapkan oleh agama, seperti yain keberadaan Allah, dan hal gaib lainnya. Dimensi peribadatan dapat diukur melalui kepatuhan umat Islam pada ajaran ajaran yang telah ditetapkan, seperti memenuhi sholat wajib, puasa dan kewajiban kewajiban lainnya. Dimensi penghayatan meliputi sebuah perasaan seseorang tentang rasa kepada Tuham, perasaan takut terhadap perbuatan dosa dan perasaan syukur saat keinginan dikabulkan.

Dimensi pengetahuan agama adalah sebuah dimensi tentang pengetahuan seseorang pada ajaran ajaran agama, seperti pengetahuan tentang kandungan al-quran serta pelbagai pengetahuan keagamaan seperti aqidah, fiqh dan lain lain. Dimensi pengamalan merupakan suatu tolak ukur seseorang mempraktekkan kegiatan social sehari hari, seperti ajaran tolong menolong dan lain sebagainya. Lima indikator tersebut dapat menjadi acuan untuk mengetahui tingkat relihiusitas seseorang. Religiusitas dalam penelitian ini adalah tingkat kepatuhan umat islam kepada ajaran ajaran Islam yang telah ditetapkan.

Pengetahuan

Pengetahuan merupakan sesuatu yang diketahui oleh seseorang manusia, pengetahuan dapat diperoleh melalui pengalaman atau proses belajar (Sayyaf, 2023). Pengalaman dapat berupa kejadian secara langsung maupun informasi yang diberikan oleh orang lain tentang topik pembahasan tertentu. Cara untuk mengetahui bahwa seseorang mempunyai pengetahuan terhadap suatu topik tertentu dapat dilakukan dengan pelbagai cara, diantaranya adalah melalui proses wawancara, observasi, pendidikan atau tugas yang diberikan untuk mengukur kemampuan seseorang. Pengetahuan pelaku usaha tentang sertifikasi halal dapat diketahui dengan melakukan wawancara terkait sertifikasi halal.

Pelaku usaha yang mempunyai pengetahuan tentang sertifikasi halal mampu memberikan uraian tentang produk halal dan turunannya secara benar. Peneliti melakukan wawancara dengan memberikan beberapa pertanyaan tentang pemahaman pelaku UMKM terhadap bidang sertifikasi halal. Indikator pengetahuan pelaku usaha tentang sertifikasi halal meliputi kemampuan menjelaskan definisi sertifikasi halal, kemampuan mengetahui manfaat sertifikasi halal serta proses mendapatkan sertifikasi halal.

Halal Awareness

Halal awareness mempunyai asal kata berupa *halal* dan *awareness*. *Halal* merupakan suatu keadaan yang diperbolehkan, sedangkan *awareness* merupakan suatu istilah untuk menggambarkan bentuk kesadaran. *Halal awareness* adalah sikap seseorang terhadap kehalalan suatu produk yang dikonsumsi (Ambali dan Bakar, 2024). Muslim yang mempunyai *halal awareness* memastikan produk yang dikonsumsi baik makanan atau minuman mempunyai sifat halal yang dapat dipertanggungjawabkan. Indikator *halal awareness* dapat ditinjau dari dua unsur, yaitu intrinsik dan ekstrinsik. Unsur intrinsik berupa sikap mencari referensi tentang konsep kehalalan, senantiasa berusaha mengonsumsi produk halal dan menghindari produk yang tidak jelas kehalalannya. Unsur ekstrinsik berupa sikap memastikan adanya logo halal yang menjadi tolak ukur halalnya sebuah produk, sikap memperhatikan komposisi produk dan perasaan tenang jika telah menemukan atau mengonsumsi makanan dan minuman halal (Ustanti *et al*, 2022).

Masyarakat Indonesia yang mayoritas beragama Islam seringkali mempunyai perasaan bahwa makanan yang diperjualbelikan termasuk dalam kategori halal, hal ini membuat masyarakat menjadi sedikit abai dan tidak memastikan produk yang dibeli telah mendapatkan sertifikasi halal atau belum. Kesadaran masyarakat tentang semua makanan yang biasa dikonsumsi bersifat halal menjadikan masyarakat kurang memperhatikan pentingnya sebuah logo halal pada kemasan produk

Pengambilan Keputusan

Pengambilan keputusan merupakan suatu tindakan seseorang memilih satu pilihan dari dua atau beberapa pilihan yang ada dengan pelbagai pertimbangan yang telah dilakukan. (Syaekhu dan Suprianto, 2021). Pengambilan keputusan didasari oleh beberapa factor, diantaranya adalah intuisi atau perasaan, pengalaman, data yang menyertai, pertimbangan rasional dan wewenang atau kedudukan. Seseorang cenderung mempunyai kecenderungan mempertimbangkan pengambilan keputusan yang akan berdampak bagi masa depan. Keputusan yang memberikan dampak bagi masalah ekonomi biasanya sudah dipertimbangkan secara matang serta dikalkulasi dengan melibatkan banyak factor.

Pengambilan keputusan mendaftar sertifikat halal salah satunya dipengaruhi oleh aspek motivasi pelaku UMKM, beberapa factor motivasi yang mendorong pelaku UMKM memutuskan mendaftar sertifikat halal diantaranya adalah para pesaing dibidang produk yang sama telah mendapatkan sertifikat halal, hal ini dapat menjadi pelecut semangat mendaftar sertifikat halal karena ketidak inginan ditinggal oleh customer, pemenuhan terhadap standarisasi industri dapat menjadi motivasi bagi pelaku usaha mendaftar sertifikat halal.

Sertifikat halal

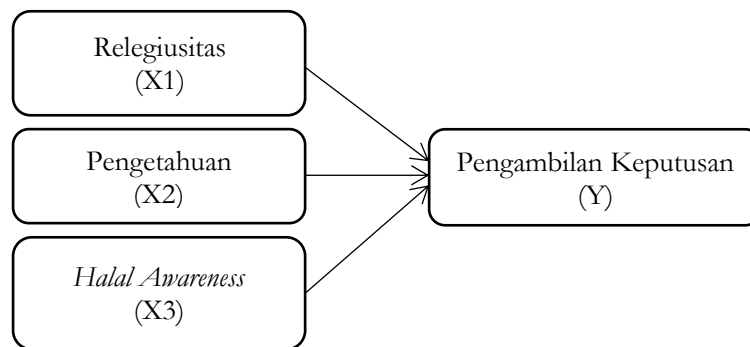
Sertifikat halal merupakan tanda suatu produk telah diakui kehalalannya oleh pihak yang berwenang (Maksudi *et al*, 2023). Pemerintah Indonesia melalui BPJPH mensyaratkan bagi pelaku usaha untuk mendaftarkan usahanya kepada BPJPH untuk mendapatkan tanda kehalalan yang absah dituliskan pada kemasan produk. Pemerintah Indonesia memberikan dukungan kepada pelaku usaha UMKM dengan tidak memungut biaya pendaftaran sertifikasi halal, hal ini ditujukan untuk membuat pelaku UMKM mempunyai semangat

mendaftarkan produk untuk memperoleh sertifikasi halal. Produk yang telah mempunyai sertifikasi halal berhak memberi logo halal terhadap produk yang dijual, sehingga membuat konsumen memahami bahwa produk yang dipasarkan telah memenuhi syarat halal.

Metode Penelitian

Peneliti memilih metode kuantitatif deskriptif pada penelitian ini. Tujuan penggunaan metode kuantitatif untuk mengetahui pengaruh variabel *dependent* terhadap variabel *independent* (Sugiyono, 2023) Peneliti mengumpulkan data dari Pelaku UMKM melalui kusioner yang disebarakan secara daring dan luring. Berikut ini adalah desain penelitian yang digunakan:

Gambar 1
Desain Penelitian



Populasi dalam penelitian ini sebanyak 227 UMKM yang terbagi atas 94 UMKM dibidang produksi dan 133 UMKM dibidang jasa. UMKM yang telah mendapatkan sertifikasi halal sejumlah 37 UMKM sehingga terdapat total keseluruhan 131 UMKM dibidang produksi. Peneliti melakukan pembulatan sampel menjadi 100 sampel UMKM di Desa Dukuh Dempok berdasarkan rumus slovin.

Peneliti mengajukan pernyataan kepada responden, responden diberi empat pilihan yaitu sangat setuju (SS), Setuju (S), Tidak Setuju (TS) dan Sangat Tidak Setuju (STS). Pernyataan yang diajukan kepada responden terlebih dahulu diuji tingkat validitas dan reliabilitasnya. Fungsi uji validitas untuk mengetahui bahwa pernyataan yang diajukan kepada responden dapat dipahami oleh narasumber, sehingga layak untuk diajukan kepada responden. Fungsi uji reliabilitas untuk mengetahui konsistensi pernyataan yang diajukan, apabila hasil uji reliabilitas menunjukkan hasil reliabel maka pernyataan layak untuk diberikan kepada responden.

Data yang telah didapatkan melalui kusioner diolah menggunakan aplikasi *IBM SPSS STATISTICS 24*. Analisis data pada penelitian ini dibagi menjadi dua, yaitu analisis secara deskriptif dan analisis uji hipotesis. Data dianalisis secara deskriptif untuk menyajikan data yang telah dikumpulkan dalam bentuk tabel dan lain lain. Uji hipotesis mempunyai fungsi untuk menjawab tujuan penelitian berupa mengetahui ada atau tidak pengaruh variabel *dependent* terhadap variabel *independent*. Uji hipotesis menggunakan uji regresi linier berganda. Sebelum uji regresi linier berganda, data terlebih dahulu diuji dengan uji asumsi klasik. Fungsi uji asumsi klasik adalah sebagai syarat untuk melakukan uji regresi linier berganda.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Gambaran Responden

Penelitian di lakukan di desa Dukuhdempok, melibatkan 100 pelaku UMKM yang terdiri dari 24% laki laki dan 76% perempuan tersebar dalam 4 dusun yaitu dusun dukuh (21%), purwojati (43), wuluhan (33%) dan gawok (3%). Responden merupakan pelaku UMKM yang mempunyai persebaran usia 21 tahun hingga lebih dari 60 tahun. Pelaku UMKM di dominasi oleh pelaku usaha dibidang makananan 80% dan minuman 20%. Peneliti memberikan kuisisioner berupa item-item variabel *independent* maupun *dependent*. Narasumber terbagi atas 39% yang memiliki sertifikasi halal dan 61% belum memiliki sertifikasi halal.

Uji Regresi Linier Berganda

Pada penelitian ini regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel religiusitas (X1), pengetahuan (X2), halal awareness (X3) terhadap keputusan pelaku UMKM mendaftarkan sertifikasi halal. Dari hasil analisis regresi linier berganda tersebut, dapat disusun dalam bentuk persamaan regresi sebagai berikut:

Tabel 1
Hasil Uji Asumsi Klasik

Variabel	Unstandardized Coefficient
(constant)	8,312
Religiusitas	0,147
Pengetahuan	0,078
Halal Awareness	0,631

Berdasarkan tabel di atas, diketahui persamaan model persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 8.312 + 0.147X_1 + 0.078X_2 + 0.631X_3 + e$$

Berdasarkan hasil persamaan tersebut, dapat disimpulkan bahwa:

1. Nilai Konstanta (a) bernilai positif sebesar 8.312 menunjukkan bahwa apabila religiusitas, pengetahuan dan halal awareness dianggap konstan, maka besarnya nilai keputusan mendaftarkan sertifikasi halal sebesar 8.312
2. Nilai koefisien bernilai positif, sehingga semakin tinggi religiusitas, pengetahuan dan *halal awareness*, maka semakin tinggi kemungkinan mereka akan mendaftarkan sertifikasi halal.

Uji Hipotesis

Peneliti membagi uji hipotesis menjadi dua bagian, yaitu uji hipotesis parsial dan simultan. Tujuan uji hipotesis untuk mengetahui pengaruh religiusitas, pengetahuan dan *halal awareness* terhadap keputusan pelaku UMKM dalam mendaftarkan sertifikasi halal.

Tabel 2
Hasil Uji Hipotesis Parsial

No	Variabel	Hasil uji	Keterangan
1	Religiusitas	0,513	Tidak berpengaruh
2	Pengetahuan	0,510	Tidak berpengaruh
3	Halal Awareness	0,000	berpengaruh

Sumber: Data penelitian, 2024

Hasil uji hipotesis parsial diatas, Variabel religiusitas dan pengetahuan tidak berpengaruh terhadap keputusan pelaku UMKM mendaftarkan sertifikasi halal, variabel *halal awareness* berpengaruh terhadap keputusan pelaku UMKM mendaftarkan sertifikasi halal.

Tabel 3
Hasil Uji Hipotesis Simultan

Variabel	Hasil uji	Keterangan
Religiusitas, Pengetahuan, <i>halal awareness</i>	0,000	Berpengaruh

Sumber: Data penelitian, 2024

Berdasarkan hasil uji hipotesis simultas diatas, diketahui bahwa variabel religiusitas, pengetahuan dan *halal awareness* secara bersama sama berpengaruh terhadap keputusan pelaku UMKM mendaftarkan sertifikasi halal. Hasil uji koefefisien determinasi *R Square* sebesar 0,371, artinya pengaruh variabel bebas (religiusitas, pengetahuan dan *halal awareness*) kepada variabel terikat sebesar 35%.

Religiusitas merupakan salah stau aspek penting bagi seseorang menjalankan agama yang dianutnya, namun hal ini tidak linier dalam pertimbangan terhadap keputusan bisnis. Hal ini dikarenakan aspek religiusitas berfokus pada tindakan spiritual dan moral. Hasil ini didukung oleh penelitian Fatmawati *et al* (2023), yang menyatakan religiusitas tidak berpengaruh terhadap keputusan pelaku UMKM kabupaten Bangkalan mengurus sertifikat halal. Pelaku UMKM mempunyai anggapan bahwa mengurus sertifikasi halal membutuhkan waktu, tenaga dan biaya sehingga tidak enggan mengurus sertifikat halal. Pelaku usaha menganggap masyarakat telah mengetahui bahwa produk yang dimilikinya berhukum halal walau tanpa ada label halal dalam kemasan produk, sehingga meskipun mempunyai sikap religiusitas yang kuat tidak mendorong pelaku UMKM mendaftarkan produknya untuk mendapat sertifikat halal.

Aspek pengetahuan tidak cukup untuk mendorong pelaku UMKM di Desa Dukuhdempok untuk bertindak mengambil keputusan untuk mendaftarkan sertifikasi halal produknya. Hal ini mungkin disebabkan karena masih kurangnya pemahaman yang mendalam tentang manfaat langsung dari sertifikasi halal atau hambatan lain yang dirasakan, seperti waktu dan proses yang dianggap rumit oleh pelaku UMKM. Penelitian ini didukung oleh pertiwi (2022) yang menyatakan pengetahuan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan sertifikasi halal pada pedagang muslim di Malang. Hal ini menunjukkan perlunya program edukasi yang lebih terfokus dan praktis, yang tidak hanya memberikan informasi tentang pentingnya sertifikasi halal, tetapi juga harus menjelaskan proses dan manfaat sertifikasi halal secara jelas terhadap pelaku UMKM di Desa Dukuhdempok.

Halal awareness berpengaruh terhadap keputusan pelaku UMKM mengurus sertifikat halal. Ini menunjukkan bahwa kesadaran pelaku UMKM di Desa Dukuhdempok tentang pentingnya produk halal sangat mempengaruhi keputusan mereka untuk mendaftarkan sertifikasi halal. Hal ini sesuai dengan pendapat Muiz *et al*, (2023) bahwa *halal*

awareness berpengaruh signifikan terhadap UMKM di *sektor halal food* Pelaku UMKM yang memiliki kesadaran tinggi tentang produk halal cenderung lebih proaktif dalam mendaftarkan sertifikasi halal, karena mereka memahami bahwa sertifikasi halal dapat menumbuhkan kepercayaan publik. Hal ini menunjukkan bahwa meningkatkan kesadaran produk halal dapat menjadi strategi yang efektif untuk mendorong lebih banyak pelaku UMKM untuk mendaftarkan sertifikasi halal. Sehingga program-program edukasi dan sosialisasi yang menekankan pentingnya halal awareness harus menjadi fokus utama, sehingga pelaku UMKM tidak hanya memahami konsep halal, tetapi juga merasakan urgensi mendapatkan sertifikasi halal sebagai langkah strategis dalam pengembangan usaha.

Variabel religiusitas, pengetahuan dan halal awareness secara simultan mempunyai pengaruh sebesar 35% dari keputusan pelaku UMKM dalam mendaftarkan sertifikasi halal, hal ini menunjukkan ketiga aspek diatas mempunyai pengaruh terhadap keputusan pelaku UMKM, Hasil penelitian sesuai dengan pendapat Ardana (2024) yang menyatakan religiusitas, pengetahuan dan mekanisme prosedur secara simultan mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan sertifikasi halal pada UMKM di Tasikmalaya

Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan diatas, maka dapat disimpulkan sebagai berikut; Aspek religiusitas dan pengetahuan secara parsial tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pelaku UMKM di Desa Dukuhdempok dalam mendaftar sertifikasi halal. Adapun aspek *halal awareness* mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pelaku UMKM di Desa Dukuhdempok dalam mendaftar sertifikasi halal. Aspek religiusitas, pengetahuan dan *halal awareness* secara simultan mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pelaku UMKM di Desa Dukuhdempok dalam mendaftar sertifikasi halal. Adapun saran yang dapat diberikan dari hasil penelitian adalah sebagai berikut: Diperlukan adanya sosialisasi yang masif kepada pelaku UMKM tentang manfaat mempunyai sertifikasi halal. Diperlukan adanya festival produk UMKM yang telah tersertifikasi halal untuk memacu pelaku UMKM mendaftarkan sertifikasi halal.

Daftar Pustaka

- Ardana, Regita Fitria. Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan, Dan Mekanisme Prosedur Terhadap Keputusan Sertifikasi Halal (Studi Kasus UMKM Binaan Rumah BUMN Tasikmalaya). Skripsi. Universitas Siliwangi. (2024)
- Fatmawati, Putri Putri, Firman Setiawan, and Khoerun Nasik. Analisis Religiusitas, Kesadaran Halal, Literasi Halal, Dan Niat Berperilaku Dalam Memprediksi Pelaku UMKM Melakukan Sertifikasi Halal Di Kabupaten Bangkalan. *Maro: Jurnal Ekonomi Syariah Dan Bisnis*. Vol 6. No 1. (2023): 76–88. <https://doi.org/10.31949/maro.v6i1.3692>.
- Fitri, Zusi Eka, and Mardiah. 2023. Kajian Sertifikasi Halal Gratis (Sehati) Dengan Skema Self Declare Pada UMKM Dapur Mimi. *Jurnal Ilmiah Pangan Halal*. Vol 5 No 1. (2023) : 6–15. <https://doi.org/10.30997/jiph.v5i1.9996>.

- Hasanah, Niswatun, Nur Azizah, Maulida Rizki Nikmatussolihah, and Moh Adi Santoso. Perkembangan Industri Halal Di Indonesia. *JIESP: Journal of Islamic Economics Studies and Practices* Vol 1. No 2. (2022) : 219–33
- Maksudi, Bahrudin, and Nasruddin. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Sertifikasi Halal Dalam Upaya Pemenuhan Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*. (2023)
- Muiz, Aris Nurul, Aulia Damayanti, Regina Indra, and Lina Marlina. Pengaruh Sertifikat Halal Terhadap Pendapatan Usaha dan Halal awarenessUMKM di Sektor Halal Food (Studi Pada Pelaku Usaha UMKM Kecamatan Cihideung Kota Tasikmalaya. *J-Alif: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah dan Budaya Islam* Vol 8. No 2 (2023) : 156. <https://doi.org/10.35329/jalif.v8i2.4829>.
- Nur, Siti Khayisatuzahro, and Istikomah Istikomah. Progam SEHATI: Kemudahan Pelaksanaan Sertifikasi Halal bagi UMKM. *At-Tasharruf. Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Syariah*. Vol 3. No 2 (2021) : 72–79. <https://doi.org/10.32528/at.v3i2.6780>
- Pertiwi, Farida Diyan. Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, dan Sertifikasi Halal Terhadap Halal Traceability dengan Halal awarenessSebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pedagang Muslim di Pasar Tradisional Kota Malang. *Skripsi*. Universitas Islam Malang (2022)
- Rizaty, Monavia Ayu. *Mayoritas Penduduk Indonesia Beragama Islam Pada 2022*. DataIndonesia.Id. 2023.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta. 2023
- Syaekhu, Ahmad, and Suprianto. 2021. Teori Pengambilan Keputusan. Zahir Publishing
- Ustanti, Mira, Nurul Inayah, and Ubaidillah Yahya. Pengaruh Kesadaran Halal Dan Religiusitas Terhadap Minat Membeli Pada Produk Makanan Di Toko 'Rizquna' Blokagung Karangdoro Banyuwangi. *Jurnal Ekonomi Syariah Darussalam*. Vol 3. No 1 (2022) : 121–39. <https://doi.org/10.30739/jesdar.v3i1.1659>.