

Pengaruh Pemahaman, Kesadaran Halal, dan Motivasi Islami terhadap Minat Sertifikasi Halal Pada Pelaku UMKM di Kecamatan Panyabungan

Luthfiyyah Rahadatul 'Aisyi^{1*}, Rahmi Syahriza², dan Purnama Ramadani Silalahi³

^{1,2,3} Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Indonesia

Journal of Economics and Management Sciences is licensed under a Creative Commons 4.0 International License.



ARTICLE HISTORY

Received: 07 June 25

Final Revision: 20 June 25

Accepted: 22 June 25

Online Publication: 30 June 25

KEYWORDS

Understanding, Halal Awareness, Islamic Motivation, Halal Certification Interest, MSMEs

KATA KUNCI

Pemahaman, Kesadaran Halal, Motivasi Islami, Minat Sertifikasi Halal, UMKM

CORRESPONDING AUTHOR

luthfiyyahaisy@gmail.com

DOI

10.37034/jems.v7i13.140

ABSTRACT

Halal certification plays an important role in driving product competitiveness and providing confidence to consumers to use a product, especially in the context of the increasingly rapid growth of the sharia economy. In Indonesia, with a majority Muslim population, the need for halal-certified products continues to increase and becomes a strategic opportunity for MSMEs to increase their business competitiveness. The purpose of this study was to determine how the interest of MSMEs in Panyabungan District towards halal certification is influenced by understanding, halal awareness, and Islamic motivation. This study uses a quantitative design with SEM-PLS analysis. A total of 95 MSMEs in Panyabungan District were given a Likert scale questionnaire to collect data. The results of the study showed that the interest of MSMEs in halal certification was positively and significantly influenced by these three variables. This confirms that increasing Islamic understanding, awareness, and motivation can encourage business actors to be more active in participating in halal certification.

ABSTRAK

Sertifikasi halal memegang peranan penting dalam mendorong daya saing produk dan memberikan keyakinan kepada konsumen untuk menggunakan suatu produk, khususnya dalam konteks pertumbuhan ekonomi syariah yang semakin pesat. Di Indonesia, dengan mayoritas penduduk beragama Islam, kebutuhan akan produk bersertifikat halal terus meningkat dan menjadi peluang strategis bagi pelaku UMKM untuk meningkatkan daya saing usahanya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana minat pelaku UMKM di Kecamatan Panyabungan terhadap sertifikasi halal dipengaruhi oleh pemahaman, kesadaran halal, dan motivasi Islam. Penelitian ini menggunakan desain kuantitatif dengan analisis SEM-PLS. Sebanyak 95 pelaku UMKM di Kecamatan Panyabungan diberikan kuesioner skala Likert untuk mengumpulkan data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa minat pelaku UMKM terhadap sertifikasi halal dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh ketiga variabel tersebut. Hal ini menegaskan bahwa peningkatan pemahaman, kesadaran, dan motivasi Islami dapat mendorong pelaku usaha untuk lebih aktif mengikuti sertifikasi halal.

1. Pendahuluan

Produk halal semakin mendapat perhatian dalam beberapa tahun terakhir, terutama di negara-negara seperti Indonesia yang memiliki populasi Muslim yang cukup besar [1]. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) didorong untuk memahami pentingnya sertifikasi halal dalam meningkatkan daya saing produk mereka [2]. Sertifikasi halal merupakan alat pemasaran yang ampuh selain memberikan jaminan bahwa produk tersebut mematuhi persyaratan syariah [3].

Sejumlah gagasan penting terkait dampak pengetahuan, kesadaran halal, dan biaya terhadap keinginan UMKM untuk memperoleh sertifikasi halal akan dibahas dalam analisis teoritis penelitian ini. Teori perilaku konsumen, teori pemahaman, teori kesadaran halal, teori motivasi Islam, dan teori minat adalah beberapa teori yang akan dibahas. Dalam konteks penelitian ini, pemahaman

pelaku UMKM tentang sertifikasi halal dapat memengaruhi sikap dan niat mereka untuk mendapatkan sertifikat tersebut. Pemahaman yang baik tentang produk dan manfaatnya dapat meningkatkan minat konsumen untuk membeli. Oleh karena itu, pemahaman yang mendalam tentang sertifikasi halal diharapkan dapat mendorong pelaku UMKM untuk lebih proaktif dalam mengajukan sertifikat halal [4]. Adapun indikator pemahaman menurut penelitian [5] dalam jurnal penelitiannya disebutkan ada pemahaman tentang produk pangan halal, pemahaman tentang tingkat kepentingan label halal, pemahaman tentang kewajiban sertifikasi halal di Indonesia, pemahaman terhadap lembaga sertifikasi halal dan program sertifikasi halal yang ada di Indonesia.

Kesadaran halal mengacu pada pemahaman dan perhatian individu terhadap aspek kehalalan dalam

produk yang mereka promosikan [6]. Kesadaran halal di kalangan pelaku usaha sangat penting untuk memastikan bahwa produk yang dihasilkan sesuai dengan prinsip syariah. Dalam penelitian ini, kesadaran halal akan dianalisis sebagai faktor yang mempengaruhi minat pelaku UMKM untuk mendapatkan sertifikat halal. Semakin tinggi kesadaran halal, semakin besar kemungkinan pelaku UMKM untuk mengajukan sertifikat, karena mereka menyadari pentingnya memenuhi kebutuhan konsumen yang mengutamakan kehalalan [7]. Menurut jurnal ilmiah yang disusun oleh [8] penelitian [9] mengidentifikasi indikator kesadaran halal sebagai berikut: pengetahuan atau pemahaman, prioritas mengonsumsi produk halal, kesadaran halal, dan indikator keamanan produk [10].

Motivasi dalam konteks Islam dapat dipahami melalui beberapa konsep, seperti niat dan amal saleh [11]. Niat merupakan aspek fundamental dalam setiap tindakan; niat yang baik akan mengubah aktivitas sehari-hari menjadi ibadah. Dalam hal ini, motivasi Islami mendorong individu untuk berusaha keras dalam setiap aspek kehidupan, termasuk pekerjaan dan bisnis, dengan tujuan untuk mendapatkan *ridha* Allah [12]. Menurut [13] yang berjudul “Berbisnis Dengan Allah” motivasi Islami adalah dorongan yang kuat untuk melakukan sesuatu karena keyakinan dan nilai-nilai Islam. Beliau mengidentifikasi tiga jenis motivasi Islami:

- a. Motivasi *Taqwa*, ialah motivasi yang timbul dari kesadaran akan kehadiran Allah SWT dan keinginan untuk memenuhi perintah-Nya
- b. Motivasi *Ikhlas*, motivasi yang timbul dari keinginan untuk melakukan sesuatu karena Allah SWT, tanpa mengharapkan imbalan atau pujian dari orang lain
- c. Motivasi *Tawaqqal*, motivasi yang timbul dari kepercayaan kepada Allah SWT dan keinginan untuk menyerahkan diri kepada-Nya [13].

Berdasarkan penelitian ini, pelaku UMKM di Kecamatan Panyabungan dapat termotivasi oleh motivasi Islam untuk memperoleh sertifikasi halal karena mereka memahami kewajiban mereka untuk menjamin bahwa barang yang mereka hasilkan aman untuk dikonsumsi dan halal. Berikut ini adalah indikator motivasinya yaitu keinginan untuk melaksanakan pembaharuan, keinginan untuk melaksanakan sertifikasi halal, keinginan untuk selalu menaati standar sertifikasi halal, dan keinginan untuk meningkatkan kesadaran akan sertifikasi halal [14]. Menurut [15] keinginan seseorang untuk menyelesaikan suatu tugas meningkat seiring dengan tingkat minatnya, yang dapat memotivasinya untuk bertindak tanpa paksaan.

Menurut [16] minat dicirikan sebagai keterlibatan dan minat total terhadap suatu topik tertentu disertai perasaan positif yang memotivasi untuk mempelajari informasi, sikap, atau kemampuan baru. Ketika minat digunakan sebagai standar, seseorang akan mengambil

tindakan. Keinginan kuat seseorang untuk mencapai tujuannya akan dipengaruhi oleh kesiapannya untuk mengubah keadaan dengan mengambil tindakan tersebut [17]. Adapun dalam penelitian ini minat sertifikasi halal ialah ketertarikan dan keinginan pelaku usaha untuk mendapatkan pengakuan resmi bahwa produk yang mereka hasilkan memenuhi standar halal sesuai dengan syariat Islam. Indikator minat menurut penelitian [18] dalam jurnal ilmiahnya disebutkan bagaimana keinginan pelaku usaha dalam melakukan proses sertifikasi halal, keinginan pelaku usaha dalam menggunakan label halal.

Kecamatan Panyabungan merupakan kabupaten dengan persentase penduduk muslim tertinggi, dengan 95,92% dari 489,91 ribu penduduknya yang beragama Islam. Jika dibandingkan dengan 32 kabupaten dan kota lain di Sumatera Utara, persentase ini juga merupakan yang tertinggi. Ada 39 desa atau kelurahan di Kecamatan Panyabungan. Sejumlah UMKM di Kecamatan Panyabungan sudah mulai menyadari pentingnya sertifikasi halal. Pelanggan Muslim, yang merupakan mayoritas di Indonesia, lebih cenderung membeli produk dengan sertifikasi halal [19]. Namun, pemahaman mereka tentang proses sertifikasi dan manfaatnya masih bervariasi, seperti terdapat beberapa pelaku UMKM yang tidak mengetahui langkah-langkah dalam pengajuan sertifikasi halal dikarenakan sumber informasi yang kurang memadai dan beberapa pelaku UMKM menganggap prosedur sertifikasi terlalu kompleks dan memerlukan waktu yang lama, sehingga mereka merasa ragu untuk melakukan sertifikasi halal [20]. Hal ini menunjukkan perlunya peningkatan pemahaman dan kesadaran tentang halal di kalangan pelaku UMKM.

Pemahaman masyarakat yang rendah dan kesalahan dalam memahami halal yang sesungguhnya akan menjadi pertimbangan pelaku UMKM dalam mengurus sertifikasi halal [17], dengan demikian pemahaman yang baik tentang konsep halal dapat mendorong pelaku UMKM untuk lebih proaktif dalam memperoleh sertifikat halal. Pendidikan dan penyuluhan mengenai halal menjadi kunci untuk meningkatkan kesadaran dan pemahaman ini [21]. Kesadaran halal di kalangan pelaku UMKM juga dipengaruhi oleh faktor-faktor eksternal, seperti regulasi pemerintah dan tuntutan pasar. Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Pangan Halal pada dasarnya mengatur Sertifikat Halal ini [22]. Produsen wajib menyampaikan Sertifikat Halal. Pasal 4 mengatur bahwa “Produk wajib memiliki sertifikat halal agar dapat masuk, beredar, dan diperdagangkan di wilayah Indonesia [23]. Persyaratan ini berlaku untuk semua produk. Intinya, semakin banyaknya barang bersertifikat halal akan mendukung gagasan bahwa umat Islam semakin sadar akan pentingnya barang halal; oleh karena itu, sangat penting bagi umat Islam untuk memahami dan mengetahui tentang halal sebagai metrik untuk mengukur kesadaran halal [24].

Motivasi Islami atau kekuatan yang mendorong seseorang untuk melakukan sesuatu sesuai dengan ajaran Islam juga berperan penting dalam keputusan pelaku UMKM untuk mengajukan sertifikat halal [25]. Bagi banyak pelaku usaha, kepatuhan terhadap ajaran Islam menjadi salah satu motivasi utama dalam menjalankan usaha mereka. Dalam konteks Kecamatan Panyabungan, nilai-nilai Islami yang kuat di masyarakat dapat mendorong pelaku UMKM untuk lebih memahami dan mengaplikasikan konsep halal dalam produk mereka. Hal ini akan menciptakan iklim usaha yang lebih kondusif bagi pertumbuhan UMKM berbasis halal. Namun, masih ada tantangan yang dihadapi oleh pelaku UMKM dalam proses mendapatkan sertifikat halal [26]. Banyak dari mereka yang merasa kesulitan dengan prosedur yang rumit terkait dengan sertifikasi. Pelaku UMKM merasa perlu dilakukannya pendekatan yang lebih sistematis dan terarah dalam memberikan informasi dan dukungan kepada mereka [27]. Pemerintah diharapkan mengadakan program pelatihan dan pendampingan untuk meningkatkan pemahaman dan motivasi pelaku UMKM.

Hanya 13 pelaku UMKM di Kecamatan Panyabungan yang telah memiliki sertifikat halal, yang masih tergolong sangat kecil jika dibandingkan dengan jumlah pelaku UMKM di kecamatan tersebut, menurut data dari Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Panyabungan. Pelaku usaha yang telah memiliki sertifikat halal sebanyak 23 orang. Berdasarkan data dari Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Mandailing Natal, pada tahun 2021 terdapat 5.985 pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Mandailing Natal. Kecamatan Panyabungan merupakan kecamatan dengan jumlah UMKM terbanyak, yaitu 1.609 buah dan sebanyak 90 persen belum memiliki sertifikat halal [28].

Pemahaman, kesadaran, dan minat pelaku usaha dalam melaksanakan sertifikasi halal tidak dapat dipisahkan dari sedikitnya pelaku usaha yang memiliki sertifikat halal. Orang secara aktif berhubungan dengan hal-hal yang menarik perhatiannya karena motivasi tersebut. Dengan demikian, minat diartikan sebagai keinginan untuk berhubungan dengan lingkungan sekitar, kecenderungan untuk melihat, meneliti, atau terlibat dalam suatu kegiatan yang menarik minatnya. Ketika seseorang tertarik pada sesuatu, itu karena hal tersebut dapat membantu memenuhi kebutuhannya [29]. Minat berkembang seiring waktu, bukan karena bawaan. Belajar akan menumbuhkan minat terhadap sesuatu, yang akan mendorong pembelajaran lebih lanjut. Ini menunjukkan bagaimana minat dapat dipupuk. Seseorang tidak akan tiba-tiba mengembangkan minat dengan sendirinya. Seseorang dapat mengembangkan minat melalui suatu prosedur. Minat dapat tumbuh dengan fokus dan keterlibatan dengan lingkungan sekitar. Dorongan, perhatian, kesenangan, bakat, dan kesesuaian atau kecocokan biasanya merupakan karakteristik yang menunjukkan munculnya minat.

Walaupun UMKM memahami pentingnya sertifikasi halal (58%) minat mereka tetap rendah karena memprioritaskan penjualan, kompleksitas proses sertifikasi, kurangnya dana, dan ketidaktertarikan dalam memastikan halalitas produk [30]. Beberapa penelitian menekankan bahwa pemahaman dan kesadaran halal secara signifikan mempengaruhi minat sertifikasi halal di kalangan UMKM, [31] karena faktor-faktor ini meningkatkan kepercayaan konsumen dan mempromosikan praktik bisnis etis yang selaras dengan prinsip-prinsip Islam.

Tidak mungkin untuk mengabaikan pentingnya penelitian tentang bagaimana pemahaman, kesadaran halal, dan motivasi Islam memengaruhi keinginan pelaku UMKM dalam sertifikasi halal di Kecamatan Panyabungan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menyelidiki secara lebih rinci elemen-elemen yang memengaruhi pilihan pelaku UMKM untuk memperoleh sertifikasi halal. Diharapkan bahwa temuan penelitian ini akan menawarkan saran kepada pemerintah dan organisasi terkait untuk membuat undang-undang yang mendorong pertumbuhan UMKM halal. Tindakan strategis dapat dilaksanakan untuk mendukung pelaku UMKM dengan memahami elemen-elemen yang memotivasi minat dalam sertifikasi [32]. Lebih jauh, penelitian ini akan berkontribusi pada badan pengetahuan tentang UMKM dan sertifikasi halal, khususnya dalam konteks regional seperti Kecamatan Panyabungan. Untuk memberikan pemahaman yang lebih baik tentang dinamika pelaku UMKM di wilayah tersebut, hal ini sangat penting.

Oleh karena itu, fokus pada pemahaman, kesadaran halal, dan motivasi Islam tidak hanya dapat membantu UMKM dalam memperoleh sertifikasi halal, tetapi juga meningkatkan mutu dan daya jual barang mereka. Lingkungan bisnis yang lebih berkelanjutan dapat dihasilkan dengan meningkatkan kesadaran akan pentingnya produk halal. UMKM memperoleh keuntungan dari hal ini, seperti halnya masyarakat umum, yang mencari barang yang mematuhi hukum syariah [33]. Dengan mempertimbangkan semua faktor ini, diharapkan bahwa penelitian ini akan secara signifikan membantu pertumbuhan UMKM di Kecamatan Panyabungan dan membantu inisiatif pemerintah untuk memperkuat ekonomi berbasis halal Indonesia.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan teknik kuantitatif dan desain survei. Menurut [34] mendefinisikan penelitian kuantitatif sebagai penelitian yang menggunakan data numerik yang kemudian diuji menggunakan uji statistik untuk menggambarkan dan menilai hipotesis yang dihasilkan. Sebanyak 1609 partisipan penelitian adalah seluruh pelaku UMKM di Kecamatan Panyabungan. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *purposive sampling*, yang sering disebut dengan non-

probability sampling atau non-random selection. Untuk melakukan proses pengambilan sampel berdasarkan kriteria yang telah ditentukan, yaitu pelaku UMKM yang berdomisili di Kecamatan Panyabungan dan pelaku UMKM beragama Islam.

Jumlah sampel yang ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan nilai error 10% untuk memastikan jumlah populasi yang akan digunakan dalam penelitian. Rumus Slovin dipilih karena jumlah populasi pada penelitian ini telah diketahui [35], sehingga didapatkan 94,14 dan dibulatkan menjadi 95 orang pelaku UMKM yang dijadikan sampel.

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Menurut [34] mendefinisikan kuesioner sebagai metode pengumpulan data yang mana partisipan diberikan serangkaian pernyataan atau pertanyaan tertulis untuk diisi. Skala Likert 5 poin digunakan dalam penelitian ini. Dengan menggunakan perangkat lunak SmartPLS 3, pendekatan Partial Least Square (PLS) alternatif yang dipadukan dengan Structural Equation Modeling (SEM) digunakan untuk

menilai hipotesis penelitian. Pemeriksaan data menggunakan Partial Least Square (SEM) digunakan untuk memajukan atau meramalkan hipotesis yang telah ditetapkan [36].

3. Hasil dan Pembahasan

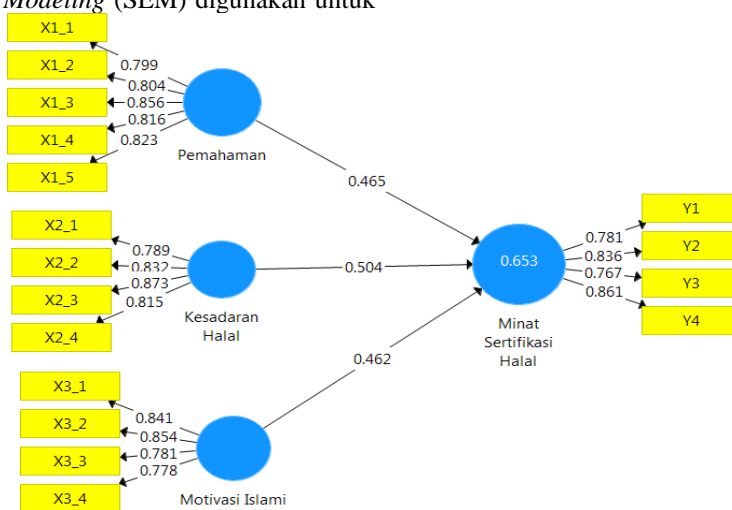
3.1. Hasil Uji Path Coefficients

3.1.1. Uji Outer Model

Model yang menjelaskan hubungan antara variabel laten (konstruk) dengan indikatornya disebut pengujian outer model atau model pengukuran. Hubungan antara teori pengukuran dengan variabel tersebut [36]. Cronbach's alpha dan composite reliability merupakan hasil pengujian validitas dengan SmartPLS yang juga mencakup validitas konvergen dan diskriminan.

3.1.2. Uji Validitas Konvergen

Uji validitas konvergen yang disajikan pada Gambar 1 dan nilai Outer Loading disajikan pada Tabel 1.



Gambar 1. Uji Validitas Konvergen

Tabel 1. Nilai Outer Loading

	Kesadaran Halal	Minat Sertifikasi Halal	Motivasi Islami	Pemahaman
X1_1	-	-	-	0,799
X1_2	-	-	-	0,804
X1_3	-	-	-	0,856
X1_4	-	-	-	0,816
X1_5	-	-	-	0,823
X2_1	0,789	-	-	-
X2_2	0,832	-	-	-
X2_3	0,873	-	-	-
X2_4	0,815	-	-	-
X3_1	-	-	0,841	-
X3_2	-	-	0,854	-
X3_3	-	-	0,781	-
X3_4	-	-	0,778	-
Y1	-	0,781	-	-
Y2	-	0,836	-	-
Y3	-	0,767	-	-
Y4	-	0,861	-	-

Idealnya nilai outer loading yaitu >0,70 sehingga dikatakan valid, berdasarkan hasil uji dalam penelitian ini nilai loading factor masing-masing indikator menunjukkan angka >0,70 sehingga dapat dikatakan bahwa hasil seluruh indikator layak untuk melanjutkan uji lainnya. Selain uji validitas konvergen, penelitian ini juga dibuktikan dengan nilai Average Variance Extracted (AVE) yaitu lebih dari 0,05. Nilai AVE yang disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Nilai AVE

Variabel	AVE	Keterangan
Kesadaran Halal	0,685	Valid
Pemahaman	0,672	Valid
Motivasi Islami	0,663	Valid
Minat Sertifikasi Halal	0,660	Valid

Validitas konvergen pada penelitian ini juga didapatkan dari pembuktian nilai Average Variance Extracted

(AVE) yaitu lebih dari 0,05. Berdasarkan Tabel 2 didapatkan hasil uji AVE pada masing-masing variabel yaitu lebih dari 0,05 maka selanjutnya dapat melakukan uji validitas diskriminan.

3.1.3. Uji Validitas Diskriminan

Membandingkan nilai-nilai dalam tabel *cross loading* merupakan cara pengujian validitas diskriminan dilakukan. Jika suatu indikator memiliki nilai faktor *loading* tertinggi relatif terhadap nilai faktor *loading* lainnya, maka indikator tersebut dianggap valid. Jika nilai *cross loading* lebih tinggi dari 0,6, maka pengujian diskriminan dapat dianggap valid [37]. Nilai *Cross Loading* yang disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Nilai *Cross Loading*

Variabel	Kesadaran Halal	Minat Sertifikasi Halal	Motivasi Islami	Pemahaman
X1_1	-0,131	0,282	-0,019	0,799
X1_2	-0,120	0,276	-0,025	0,804
X1_3	-0,162	0,295	-0,026	0,856
X1_4	-0,218	0,307	0,016	-
X1_5	-0,081	0,376	0,045	-
X2_1	0,789	0,330	0,012	-
X2_2	0,832	0,372	-0,026	-
X2_3	0,873	0,413	0,208	-
X2_4	0,815	0,436	0,122	-
X3_1	-0,002	0,418	0,841	-
X3_2	0,173	0,489	0,854	-
X3_3	0,170	0,353	0,781	-
X3_4	-0,007	0,399	0,778	0,000
Y1	0,351	0,781	0,409	-
Y2	0,430	0,836	0,416	0,315
Y3	0,307	0,767	0,376	0,328
Y4	0,435	0,861	0,467	0,303

3.1.4. Uji Reliabilitas

Menurut [38] menjelaskan bahwa jika nilai *Cronbach's Alpha* dan nilai reliabilitas komposit keduanya lebih tinggi dari 0,7, variabel laten dianggap memiliki reliabilitas yang kuat. Hasil Uji *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* yang disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4. Hasil Uji *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability*

Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Reliability
Kesadaran Halal	0,847	0,897
Minat Sertifikasi Halal	0,827	0,885
Motivasi Islami	0,831	0,887
Pemahaman	0,878	0,911

3.2. Uji Inner Model

Uji R-kuadrat (R²) dan uji signifikansi menggunakan estimasi koefisien jalur digunakan untuk melakukan Inner Model dalam SEM dengan PLS.

3.2.2. Koefisien Determinasi (R²)

Hasil Uji R Square yang disajikan pada Tabel 5.

Tabel 5. Hasil Uji R Square

Variabel	R Square	R Square Adjusted
Minat Sertifikasi Halal	0,653	0,641

Pada hasil uji R Square variabel minat sertifikasi halal tergolong kuat karena berada pada angka 0,653. hal ini menjelaskan bahwa 65% varians konstruks minat sertifikasi dapat diukur dengan pemahaman, kesadaran halal, dan motivasi islami, sedangkan sisanya sebesar 35% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

3.2.3. Pengujian Simultan (Uji F)

Uji simultan digunakan untuk mengetahui bahwa variabel bebas berpengaruh secara keseluruhan terhadap variabel terikat. Jika F-hitung > F-tabel dan diselesaikan menggunakan Persamaan 1.

$$F = \frac{R^2/K}{(1-R^2)/(n-k-1)} \tag{1}$$

Dimana R adalah R Square, K adalah jumlah variabel, dan n adalah banyak UMKM.

$$F = \frac{0,653/3}{(1 - 0,653)/(95 - 3 - 1)}$$

$$F = \frac{0,2177}{0,0038} = 57,28$$

Dengan F-tabel yaitu 3,095. Dari perhitungan diatas didapatkan nilai F-hitung 57,28 > F-tabel 3,095 yang dapat disimpulkan bahwa pemahaman, kesadaran halal dan motivasi islami memiliki pengaruh yang simultan terhadap minat sertifikasi halal pada pelaku UMKM di Kecamatan Panyabungan.

3.2.4. F Square

Hasil Uji F Square yang disajikan pada Tabel 6.

Tabel 6. Hasil Uji F Square

Variabel	Minat
Kesadaran Halal	0,702
Motivasi Islami	0,606
Pemahaman	0,605

Apabila Nilai F Square senilai 0,02 maka dikatakan pengaruh kecil, 0,15 berpengaruh sedang, dan nilai 0,35 dikatakan pengaruh besar. Nilai kurang dari 0,02 bisa diabaikan atau dianggap tidak ada efek. Dari hasil uji F square dalam penelitian ini didapatkan hasil variabel kesadaran halal ialah 0,702 maka nilai ini dikatakan berpengaruh besar atau kuat. Sehingga, pengaruh kesadaran halal terhadap minat sertifikasi halal sangat berpengaruh atau memiliki pengaruh yang kuat. Motivasi Islami mendapatkan nilai F Square sebesar 0,606 hal ini menunjukkan pengaruh motivasi islami terhadap minat sertifikasi halal memiliki pengaruh yang kuat. Selanjutnya variabel pemahaman memiliki nilai F square sebesar 0,605 yakni menunjukkan pengaruh yang kuat antara pemahaman dengan minat sertifikasi halal.

3.2.5. Uji Hipotesis

Hasil Uji *Path Coefficients* yang disajikan pada Tabel 7.

Tabel 7. Hasil Uji *Path Coefficients*

Variabel	Original Sample (O)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Kesadaran Halal → Minat Sertifikasi Halal	0,504	7,494	0,000
Motivasi Islami → Minat Sertifikasi Halal	0,462	6,469	0,000
Pemahaman → Minat Sertifikasi Halal	0,465	7,423	0,000

Dikatakan hipotesis diterima apabila nilai *P-Value* < 0,05 dan *T-statistik* > 1,96 hasil tersebut memberikan hasil yang signifikan. Berdasarkan tabel 7, diketahui hasil hipotesis dalam penelitian ini adalah:

a) Hipotesis pertama

Nilai sampel awal sebesar 0,504, *T-statistik* sebesar 7,494 > 1,96, dan nilai *P-Value* sebesar 0,000 < 0,05, maka disimpulkan kesadaran halal berpengaruh signifikan terhadap minat sertifikasi halal. Berdasarkan hasil tersebut, maka kesadaran halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat sertifikasi halal.

b) Hipotesis kedua

Berdasarkan hasil nilai awal 0,462, *T-statistik* 6,469 > 1,96, *P-Value* 0,000 < 0,05, maka disimpulkan motivasi islami berpengaruh signifikan terhadap minat sertifikasi halal. Berdasarkan hasil tersebut, maka diperoleh hasil motivasi islami berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat sertifikasi halal.

c) Hipotesis ketiga

Hasil nilai awal diperoleh 0,465, *T-statistik* 7,423 > 1,96, *P-Value* 0,000 < 0,05, maka disimpulkan pemahaman berpengaruh signifikan terhadap minat sertifikasi halal. Berdasarkan hasil tersebut, maka pemahaman berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat sertifikasi halal.

3.3. Analisis Pengaruh Pemahaman terhadap Minat Sertifikasi Halal Pada Pelaku UMKM di Kecamatan Panyabungan

Berdasarkan hasil uji *path coefficients* diperoleh 0,465, *T-statistik* 7,423 > 1,96, *P-Value* 0,000 < 0,05, maka disimpulkan pemahaman berpengaruh signifikan terhadap minat sertifikasi halal. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi pemahaman seseorang terhadap proses, manfaat, dan urgensi dari sertifikasi halal, maka semakin besar pula minatnya untuk mengikuti atau mendukung proses sertifikasi tersebut. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian [10] yang menyatakan bahwa pemahaman konsumen mengenai konsep halal memiliki dampak positif dalam mendorong keputusan terhadap produk yang telah memiliki sertifikasi halal. Hal ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh [39] bahwa pemahaman sertifikasi halal mempunyai pengaruh signifikan secara positif terhadap minat sertifikasi halal oleh pedagang kaki lima di Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember.

Selaras dengan teori perilaku terencana (TPB) bahwa pada konstruk sikap (*attitudes*) dimana mencerminkan terhadap rasa suka atau tidak suka kepada sertifikasi halal dengan dibuktikannya tentang variabel pemahaman. Sehingga apabila pelaku UMKM di Kecamatan Panyabungan mengetahui tentang tujuan, manfaat dan proses yang dilalui untuk mendapatkan sertifikasi halal, maka mereka akan cenderung positif untuk mendaftar dan menerima keberadaan sertifikasi halal. Hasil pada penelitian ini juga sesuai dengan teori Muklis bahwa pemahaman yaitu orang tersebut tidak hanya mengetahui tentang apa yang sedang dipelajari, namun memahami tentang makna dari apa yang sudah dicapai olehnya. Pada lingkup pemahaman pelaku UMKM di Kecamatan Panyabungan tentang makanan atau produk halal, kebanyakan mereka mempunyai pemahaman yang memadai. Banyak para pelaku usaha mengetahui tentang sertifikasi halal, namun tidak dapat dipungkiri bahwa pemahaman dari masing-masing pelaku usaha akan berbeda sudut pandangnya terutama mengenai kewajiban memiliki sertifikasi halal.

Pandangan lainnya mengenai pemahaman sertifikasi halal menjelaskan bahwa pentingnya memberikan pemahaman kepada para masyarakat atas dampak dari makanan yang sedang dikonsumsi [40]. Sehingga perlu memberikan sertifikasi halal untuk produk yang akan beredar. Masyarakat muslim yang memiliki pemahaman agama baik, akan memudahkan dalam memilih produk mana yang aman untuk dikonsumsi dan konsumen akan lebih sadar mengenai pentingnya sertifikasi halal pada sebuah produk.

3.4. Analisis Pengaruh Kesadaran Halal terhadap Minat Sertifikasi Halal Pada Pelaku UMKM di Kecamatan Panyabungan

Berdasarkan hasil uji *path coefficients* didapatkan nilai sampel awal kesadaran halal sebesar 0,504, *T-statistik* sebesar 7,494 > 1,96, dan nilai *P-Value* sebesar 0,000 < 0,05, maka disimpulkan kesadaran halal berpengaruh signifikan terhadap minat sertifikasi halal. Berdasarkan hasil tersebut, maka kesadaran halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat sertifikasi halal. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi kesadaran individu terhadap pentingnya kehalalan suatu produk, maka semakin tinggi pula keinginannya untuk memastikan bahwa produk tersebut telah tersertifikasi halal. Hasil ini sejalan dengan penelitian [41] dalam *Journal of Fundamental and Applied Sciences*, yang mengungkapkan bahwa kesadaran halal merupakan salah satu pendorong utama dalam Keputusan konsumen Muslim dalam memilih produk halal.

Hasil di atas juga sama dengan penelitian yang telah dilakukan oleh [42] Penelitian yang dilakukan tersebut mendapatkan hasil bahwa kesadaran halal memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap minat pelaku usaha pada kuliner rumah makan yang terdapat di Kota Medan. Berdasarkan teori perilaku terencana, khususnya dalam konteks norma subjektif, hal ini

dianggap relevan karena berhubungan dengan keyakinan pelaku UMKM di Kecamatan Panyabungan dalam mengurus sertifikasi halal. Kesadaran pelaku UMKM akan pentingnya sertifikasi halal dan pengetahuan yang dimiliki setiap pedagang akan memengaruhi keyakinan mereka tentang perlunya sertifikasi, sehingga minat mereka untuk mengurusnya akan meningkat.

Selaras dengan teori Chalmers mengenai kesadaran yaitu bagaimana otak menggabungkan berbagai informasi lalu memakainya untuk mengatur perilaku seseorang. Dengan demikian, pengetahuan yang dimiliki oleh pelaku UMKM mengubah cara pandang dan mengatur perilaku yang ingin diperbuat. Seorang Muslim yang mengonsumsi makanan bersertifikat halal akan terjamin kebersihan dan ke higienisan makanan tersebut, sejalan dengan upaya pelaku usaha untuk meningkatkan kesadaran akan pentingnya gaya hidup sehat.

3.5. Analisis Pengaruh Motivasi Islami terhadap Minat Sertifikasi Halal Pada Pelaku UMKM di Kecamatan Panyabungan

Motivasi Islam memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap minat sertifikasi halal, berdasarkan hasil uji koefisien jalur yang menunjukkan bahwa nilai awal variabel motivasi Islam sebesar 0,462, T-statistik 6,469 > 1,96, dan P-Value 0,000 < 0,05. Temuan tersebut menunjukkan bahwa minat sertifikasi halal dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh motivasi Islam. Penelitian ini mendukung penelitian yang menunjukkan bahwa motivasi Islam memiliki pengaruh yang baik dan signifikan [43]. Minat sertifikasi halal lebih besar kemungkinannya tumbuh pada pelaku usaha yang lebih bermotivasi keagamaan. Begitu pun hasil penelitian yang dilakukan oleh [44] motivasi islami berpengaruh signifikan dalam meningkatkan minat pelaku UMKM untuk mendapatkan sertifikasi halal, dan berdampak positif pada perkembangan usaha mereka.

Penelitian menunjukkan bahwa motivasi dalam Islam sangat terkait dengan keimanan, yang dianggap sebagai bentuk pengetahuan tertinggi bagi manusia. Selain itu, motivasi juga merupakan gejala psikologis yang mendorong individu untuk bertindak sesuai dengan keyakinan mereka. Dalam psikoanalisis, motivasi manusia berasal dari dorongan-dorongan bawah sadar, seperti dorongan seksual dan agresif. Pandangan ini memberikan wawasan mendalam mengenai dinamika motivasi di tingkat psikologis. Selain itu, agama juga memberikan landasan moral dan etika yang dapat memengaruhi motivasi individu. Ajaran agama tentang nilai dan prinsip sering kali berfungsi sebagai aturan perilaku dan memberikan motivasi kerangka moral bagi seseorang. Keyakinan bahwa menjamin kehalalan suatu produk bukan semata-mata tugas pedagang kepada Allah SWT menjadi pendorong atau inspirasi bagi para pelaku UMKM di Kecamatan Panyabungan. Mereka memahami bahwa menjalankan proses produksi sesuai

dengan prinsip *halalan thoyyiban* akan menghasilkan dampak keberkahan yang lebih substansial daripada hanya berkonsentrasi pada peningkatan volume penjualan.

3.6. Analisis Pengaruh Pemahaman, Kesadaran Halal, dan Motivasi Islami Terhadap Minat Sertifikasi Halal Pada Pelaku UMKM di Kecamatan Panyabungan

Pengaruh Pemahaman, Kesadaran Halal, dan Motivasi Islami dapat disimpulkan bahwa berpengaruh secara simultan terhadap minat sertifikasi halal pada pelaku UMKM di Kecamatan Panyabungan. Hal ini didapatkan dari hasil uji F dengan nilai F-hitung 57,28 > F-tabel 3,095 Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh [39] bahwa variabel Pemahaman dan Kesadaran secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (dependen) yaitu Minat Sertifikasi Halal. Selain itu, hasil uji R Square variabel minat sertifikasi halal tergolong kuat karena berada pada angka 0,653. hal ini menjelaskan bahwa 65% varians konstruks minat sertifikasi dapat diukur dengan pemahaman, kesadaran halal, dan motivasi islami, sedangkan sisanya sebesar 35% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan dan pembahasan hasil penelitian terdahulu, maka dapat disimpulkan yaitu pemahaman, kesadaran halal dan motivasi islami mempengaruhi minat sertifikasi halal para pelaku UMKM. Hal ini mengindikasikan bahwa tinggi rendahnya pemahaman, kesadaran dan motivasi para pelaku UMKM memiliki dampak pada minat sertifikasi halal. Sesuai dengan kesimpulan di atas, maka peneliti menyampaikan saran yang kemungkinan menjadi bahan pertimbangan pada penelitian berikutnya yaitu agar dapat menambahkan variabel lain yang berpengaruh terhadap minat investasi. Dan bagi pemerintah dan lembaga Sertifikasi Halal disarankan untuk lebih mengedukasi masyarakat mengenai pentingnya sertifikasi halal, baik dari sisi proses maupun manfaatnya. Program edukasi yang lebih intensif dapat meningkatkan pemahaman masyarakat yang pada gilirannya akan memperbesar minat untuk mengikuti proses sertifikasi halal.

Daftar Rujukan

- [1] Fathoni, M. A. (2020). Potret Industri Halal Indonesia: Peluang dan Tantangan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(3), 428. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i3.1146>
- [2] Qomariyah, N. (2023). Persepsi Pelaku UMKM Terhadap Kepemilikan Sertifikasi Halal Untuk Meningkatkan Daya Saing Produk UMKM Madura. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(3), 3858. <https://doi.org/10.29040/jiei.v9i3.9314>
- [3] Arif, M., K., R. M., & Kumala, R. (2023). Quadruple Helix Model in the Development of Halal Micro Business in North Sumatra. *Share: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam*, 12(1), 201-224.

- [4] Salha, F., & Karim, M. (2024). Peran Halal Center UTM Dalam Mengembangkan Literasi Halal Bagi UMKM Bangkalan. *Jurnal Administrasi Dan Manajemen*, 14(2), 149–156. <https://doi.org/10.52643/jam.v14i2.3833>
- [5] Anas, M., Saputro, A. R., & Wahdah, H. (2023). Persepsi Halal dan Pemahaman Sertifikasi Halal: Studi Deskriptif Analitik. *Misykat al-anwar Jurnal kajian islam dan Masyarakat*, 6(1), 1-12.
- [6] Rachmatika, S. D. (2024). *Analisis Upaya Pedagang Kaki Lima Dalam Menjaga Aspek Halalan Thayyiban Pada Makanan Dan Minuman Perspektif Kesadaran Hukum (Studi Kasus Jalan Suromenggolo Kota Ponorogo)* (Doctoral dissertation, IAIN Ponorogo).
- [7] Wahyuni, T., Yarmunida, M., & Arisandi, D. (2022). Kesadaran Halal Masyarakat terhadap Produk UMKM Makanan di Kota Bengkulu. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 22(3), 1376. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v22i3.2473>
- [8] Triana, U. (2021). *(Studi Kasus Mahasiswa Muslim di Malang)*
- [9] Widyaningrum, P. W. (2019). Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal, Iklan, dan Celebrity Endorser terhadap Minat Pembelian kosmetik melalui variabel Persepsi sebagai Mediasi (Studi Pada Civitas Akademika Universitas Muhammadiyah Ponorogo). *Capital: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(2), 74. <https://doi.org/10.25273/capital.v2i2.3984>
- [10] Ginantaka, A., Suganda, A. R., & Delfitriani. (2024). Analisis Pemahaman Masyarakat Terhadap Kewajiban Sertifikasi Halal Pada Produk Makanan Dan Minuman Skala UMK di Kabupaten Sukabumi. *Jurnal Ilmiah Pangan Halal*, 6, 13–34.
- [11] Waluyo, W. (2013). Pengaruh Pemahaman Agama, Motifasi Mendapatkan Profit Dan Tingkat Pendidikan Terhadap Kesadaran Sertifikasi Halal Bagi Produsen Makanan Di Kabupaten Sleman Dan Bantul. *INFERENSI: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, 7(1), 75-98. <https://doi.org/10.18326/infsl3.v7i1.75-98>
- [12] Umiyarzi, E. (2021). Motivasi Kerja Dalam Perspektif Islam: Sebuah Kajian Teori. *Jmipa*, 1(2), 245–256.
- [13] Shihab, M. Q. (2008). *Berbisnis dengan Allah: Bisnis Sukses Dunia Akhirat*. Lentera Hati Group.
- [14] Saliyo. (2020). *Islamic motivation*. Konsorsium Keilmuan Psikologi.
- [15] Lubis, N. R., Balqis, T., & Batubara, C. (2023). The Influence of Halal Label and Product Quality on Drug Purchase Interest. *Al-Mashrafiyah: Jurnal Ekonomi, Keuangan, Dan Perbankan Syariah*, 7(2), 28–42.
- [16] Harahap, R. S. P., Asmuni, A., & Soemitra, A. (n.d.). Islamic Smart City: Study of Literacy and Inclusion in Financial Behavior and Empowerment of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs). *Edukasi Islami: Jurnal Pendidikan Islam*, 11(03).
- [17] Aisyah. (2023). *Pengaruh Literasi Halal Dan Proses Sertifikasi*. Institut Agama Islam Negeri Palopo.
- [18] Fabrian, A. D., (2024). *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat sertifikasi halal self declare pelaku UMKM di Jakarta Timur*.
- [19] Batubara, C., & Harahap, I. (2022). Halal Industry Development Strategies: Muslimsâ TM Responses and Sharia Compliance In Indonesia. *Journal of Indonesian Islam*, 16(1), 103–132.
- [20] Afridah, A., & Lubis, M. (2024). Penguatan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Sebagai Pilar Kemajuan Industri Halal di Kabupaten Mandailing Natal. *Indo-Fintech Intellectuals: Journal of Economics and Business*, 4(2), 71–78
- [21] Azmi, N. A., & Bakar, A. R. (2020). The Importance of Halal Certification in the Food Industry: A Review. *International Journal of Business and Society*, 17(2), 345–356.
- [22] Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH). (2021). *Panduan Sertifikasi Halal*.
- [23] Harahap, D. S. (2022). *Analisis tingkat pemahaman pelaku usaha mikro kecil tentang sertifikasi halal gratis di Kota Padangsidempuan*.
- [24] Aditya, T. (2021). *Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, Dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Produk Makanan Halal (Studi Pada Mahasiswa Muslim Institut Teknologi Sumatera)*. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- [25] Choudhury, M. M., & Khasawneh, M. A. (2020). The Impact of Halal Certification on Consumer Purchase Intention. *International Journal of Marketing Studies*, 12(4), 1–10.
- [26] Muhamad, M. (2020). Tantangan Dan Peluang Penerapan Kebijakan Mandatory Sertifikasi Halal (Studi Implementasi Uu No. 33 Th. 2014 dan Pp No. 31 Th. 2019). *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 2(2), 1–26. <https://doi.org/10.24239/jiebi.v2i2.29.1-26>
- [27] Batubara, C., Nasution, I. W., & Andiyanto, S. (2023). Awareness of Housewives in Choosing Halal Labeled Children's Syrup Medicine. *Journal of Digital Economics and Business (MINISTAL)*, 2(1), 369–380.
- [28] Hatoli, H. (2020). Sertifikasi Halal Majelis Ulama Indonesia pada Produk Elektronik dan Non Konsumsi Perspektif Masalah. *JIL: Journal of Islamic Law*, 1(2), 237–255.
- [29] Cania, E. S., & Batubara, C. (2024). Implikasi Sertifikasi Halal Terhadap Daya Jual Daging: Studi Kasus Pada Penjual Daging di Pasar Palapa, Brayau. *International Journal Mathla'ul Anwar of Halal Issues*, 4(2), 77-84.
- [30] Syafawi, L., & Hasanah, H. (2024). Sosialisasi Dan Pendampingan Sertifikat Halal Bagi Para Pelaku Usaha UMKM Komisi Pemberdayaan Ekonomi Umat MUI Kota Tangerang Tahun 2023. *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu*, 3(1).
- [31] Ramlan, R., & Nahrowi, N. (2014). Sertifikasi Halal Sebagai Penerapan Etika Bisnis Islami Dalam Upaya Perlindungan Bagi Konsumen Muslim. *AHKAM : Jurnal Ilmu Syariah*, 17(1), 145–154. <https://doi.org/10.15408/ajis.v17i1.1251>
- [32] Amini, A., Imsar, I., & Dharmas, B. (2023). Comparative Analysis of Halal Food Product Competitiveness in Southeast Asia: A Case Study of Singapore and Thailand. *International Journal of Economics Development Research (IJEDR)*, 4(3), 1198-1212.
- [33] Imsar, I., Nurhayati, N., Harahap, I., & Silalahi, P. R. (2024). The Impact Of The Halal Industry And Islamic Financial Assets On Indonesia's Economic Growth Using The Vector Autoregression (VAR) Approach. *Ekuitas: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan*, 8(2), 274-287.
- [34] Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- [35] Majdina, N. I., Pratikno, B., & Tripena, A. (2024). Penentuan Ukuran Sampel Menggunakan Rumus Bernoulli Dan Slovin: Konsep Dan Aplikasinya. *Jurnal Ilmiah Matematika Dan Pendidikan Matematika*, 16(1), 73. <https://doi.org/10.20884/1.jmp.2024.16.1.11230>
- [36] Si, M., & Setiawan, Y. A. (2024). *Analisis Data Kuantitatif dengan SmartPLS 4*.
- [37] Salsabila, M. (2023). Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Youth & Islamic Economic Journal*, 04(02), 22–28.

- [38] Sarwono, J., Narimawati, U., & Arie Prabawati, T. (2015). *Membuat Skripsi, tesis dan disertasi dengan partial least square SEM (PLS SEM)*. Yogyakarta : Andi, 2015.
- [39] Izzati, H. N. (2025). *Pengaruh Pemahaman, Kesadaran, Dan Biaya Terhadap Minat Sertifikasi Halal Oleh Pedagang Kaki Lima Di Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember*, 1.
- [40] Roni, M., & Putro, H. K. (2024). Respon Pelaku Usaha Tentang Kewajiban Sertifikasi Halal (Studi Kasus Kantin Universitas Jambi). *Journal of Sharia Economics*, 3(1), 18–39.
- [41] Zakaria, Z., Abdul Majid, M. D., Ahmad, Z., Jusoh, Z., & Zakaria, N. Z. (2018). Influence of Halal certification on customers' purchase intention. *Journal of Fundamental and Applied Sciences*, 9(5S), 772. <https://doi.org/10.4314/jfas.v9i5s.55>
- [42] Isnaini Nuradiyah, M., Adiba, E. M., & Amir, F. (2023). Keputusan Sertifikasi Halal oleh UMKM di Bangkalan. *Jurnal Tadbir Peradaban*, 3(1), 1–9. <https://doi.org/10.55182/jtp.v3i1.235>
- [43] Mulyatun, S., Widyawati, R., Wasiati, H., Yogyakarta, U. A., Tehnologi, U., & Indonesia, D. (2024). *Analisis Faktor Motivasi Pelaku Bisnis Mikro Bidang Kuliner Dalam Pendaftaran Sertifikasi Halal*. 8(2), 122–129.
- [44] Yuliani, I. (2023). Implementasi Program Sertifikasi Halal Gratis (SEHATI) Dalam Mendorong Minat Pelaku UMKM Indonesia Mengajukan Sertifikasi Halal. *Journal of Management and Sharia Business*, 1(2), 64–74.