

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT UMKM DALAM
MELAKUKAN SERTIFIKASI HALAL
(STUDI KASUS: WARUNG NASI DI SEKITAR UNIVERSITAS SILIWANGI)**

Rahmanita¹ Nurul Fadila Dwiyanti² Nida Siti Nurhamidah³

Universitas Siliwangi

Correspondence Author: rahmanitaa213@gmail.com

Abstract: *This study aims to determine the internal factors and external factors that influence the interest of rice stall business actors around Siliwangi University in applying for halal certification. The method used in this research is descriptive qualitative. The types of data used are primary and secondary. Primary sources are obtained from observations as well as interviews conducted with rice stall business actors around Siliwangi University. While secondary data sources are from documentation and literature studies. The data collection techniques used are observation, interviews, and documentation. The data analysis used is qualitative data analysis starting from data reduction, data presentation, and conclusion drawing. The results of this study indicate that the interest of business actors in applying for halal certification is influenced by internal factors in the form of, 1) Knowledge factors, low knowledge of business actors about halal certification and the belief that as Muslims they will definitely sell halal food), 2) Understanding of regulations, the lack of understanding of business actors of halal certification regulations is due to the lack of literacy of business actors and socialization from related parties, and 3) Location, the business location is strategic, rice shop business actors consider that halal certification has no effect on sales turnover, the surrounding environment is still not many who use halal certification, and no consumers ask for product halal certificates; and external factors, namely, 1) Halal certification costs, business actors are only interested in applying for halal certification for free or free of charge, 2) Halal certification procedures, business actors consider that the procedure for applying for halal certification is considered complicated, while online services still do not provide convenience for business actors because of their lack of ability.*

Keywords: *Interest; UMKM; Halal Certification.*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor internal dan faktor eksternal yang mempengaruhi minat pelaku usaha warung nasi di sekitar Universitas Siliwangi dalam mengajukan sertifikasi halal. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kualitatif deskriptif. Jenis data yang digunakan yaitu primer dan sekunder. Sumber primer diperoleh dari observasi sekaligus wawancara yang dilakukan kepada pelaku usaha warung nasi di sekitar Universitas Siliwangi. Sedangkan sumber data sekunder yaitu dari dokumentasi dan studi kepustakaan. Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah observasi, wawancara dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan yaitu menggunakan analisis data kualitatif dimulai dari reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian ini menunjukkan minat pelaku usaha warung nasi dalam mengajukan sertifikasi halal dipengaruhi oleh faktor internal berupa, 1) Faktor pengetahuan (rendahnya pengetahuan pelaku usaha terhadap sertifikasi halal dan keyakinan bahwa sebagai umat muslim pasti akan menjual makanan yang halal), 2) Pemahaman tentang regulasi (minimnya pemahaman pelaku usaha terhadap regulasi sertifikasi halal disebabkan kurangnya literasi pelaku usaha dan sosialisasi dari pihak terkait) dan 3) Lokasi (lokasi usaha sudah strategis, pelaku usaha masih menganggap bahwa sertifikasi halal hanya untuk restoran dan usaha produk kemasan, pelaku usaha warung nasi menganggap bahwa sertifikasi halal tidak berpengaruh kepada omset penjualan, lingkungan sekitar masih belum banyak yang menggunakan sertifikasi halal, dan konsumen tidak ada yang menanyakan sertifikat kehalalan produk); serta faktor eksternal,

yaitu, 1) Biaya sertifikasi halal, pelaku usaha hanya tertarik untuk mengajukan sertifikasi halal secara gratis atau tidak dipungut biaya apapun, 2) Prosedur sertifikasi halal, pelaku usaha menganggap bahwa prosedur pengajuan sertifikasi halal dinilai rumit, adapun pelayanan secara online tetap tidak memberikan kemudahan bagi pelaku usaha karena minimnya kemampuan mereka.

Kata Kunci: Minat; UMKM; Sertifikasi Halal.

PENDAHULUAN

Berdasarkan laporan *The Royal Islamic Strategic Studies Center* (RISSC) bertajuk *The Muslim* edisi 2023 menunjukkan, jumlah populasi muslim di Indonesia mencapai 237,55 juta jiwa. Jumlah ini merupakan yang terbanyak di kawasan negara-negara ASEAN. Populasi muslim di Indonesia tersebut setara 86,7% dari total populasi di Indonesia. (Databoks, 2023) Sebagai negara dengan populasi terbanyak di kawasan negara-negara ASEAN, seharusnya Indonesia bisa menjadi *role model* dan kiblat industri halal dunia. Gaya hidup halal dengan menggunakan produk bersertifikat halal merupakan tuntutan penting bagi umat Islam dan memberikan peluang bagi Indonesia untuk menjadi produsen produk dan jasa halal terbesar di dunia. Status kehalalan suatu produk secara umum dapat dilihat dari label halal yang tertera pada kemasan produk, yang diperoleh melalui sertifikasi halal.

Sertifikasi halal adalah proses memperoleh sertifikat halal melalui beberapa tahapan untuk membuktikan bahwa bahan baku, proses produksi dan sistem jaminan produk halal perusahaan memenuhi standar yang ditetapkan. (Faridah, 2019) Untuk itu peraturan mengenai jaminan produk halal sangatlah penting karena sebagian besar penduduk Indonesiaberagama Islam. Hal ini dilakukan dengan memberikan perlindungan dan jaminan terhadap kehalalan produk yang dikonsumsi oleh masyarakat. Pemerintah mencanangkan berbagai produk hukum untuk meningkatkan kecepatan pengembangan produk halal Indonesia antara lain: UU NO.33 Tahun 2014 yang mewajibkan semua hasil produksi tersertifikasi halal, berikutnya adalah penerbitan PP. No. 31 Tahun 2019 tentang peraturan pelaksanaan UU No. 33 Tahun 2014 tentang penjaminan produk halal sebagai penguatan pada peraturan sebelumnya dengan memberlakukan penerapan sertifikasi halal dari status sukarela (*voluntary*) menjadi kewajiban

(*mandatory*) dengan memberikan jangka waktu 5 tahun sejak pemberlakuannya. Sejak 2019 inilah sertifikasi halal tidak dilakukan oleh MUI, namun melalui Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) dibawah Kementerian Agama. Sedangkan regulasi terbaru tentang sertifikasi halal adalah dikeluarkannya PP No.39 tahun 2021 tentang penyelenggaraan bidang jaminan produk halal. Pemerintah memberikan perhatian lebih pada UMK dengan menerbitkan regulasi khusus melalui penerbitan Peraturan Menteri Agama No. 20 Tahun 2021 Tentang Sertifikasi Halal bagi UMKM. (Puspita Ningrum, 2022)

Setiap perusahaan yang menjual kebutuhan pokok yang digunakan oleh masyarakat wajib memiliki sertifikasi halal dan mencantumkan label halal, termasuk UMKM. Di Indonesia Usaha Mikro Kecil (UMK) memiliki peranan penting dalam ekonomi serta memiliki kontribusi yang besar terhadap penyerapan tenaga kerja (Primatami & Hidayati, 2019). Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UMK 2021, jumlah pelaku UMK di Indonesia mencapai 64,2 juta unit atau sekitar 99% dari total pelaku usaha yang ada. (Indonesia.go.id, 2021) Namun hal ini cukup mengkhawatirkan jumlah pelaku UMK yang bersertifikat halal pada Oktober tahun 2023 hanya tercatat 4,5% atau sekitar 2,9 juta dari total jumlah seluruh UMKM yang sudah tersertifikasi halal. (Pamuji, 2023).

Beberapa penelitian terdahulu terkait sertifikasi halal telah dilakukan Ririn Tri Puspita dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa terdapat beberapa permasalahan dalam melakukan sertifikasi halal yaitu kurangnya pengetahuan dan informasi akan regulasi yang ada, kurangnya fasilitas yang dimiliki pelaku usaha dan pola pikir pelaku UMKM yang menganggap bahwa sertifikasi halal hanya diperuntukan bagi pelaku usaha besar. (Puspita Ningrum, 2022) Sementara itu menurut Muklis dan Sari, bahwa tingkat pemahaman pelaku UMKM terhadap sertifikasi halal masih relatif rendah. Pelaku UMKM hanya mengetahui sertifikasi halal. Namun, pentingnya halal dalam makanan sangat kecil diketahui oleh pelaku UMKM. (Muklis & Sari, 2020)

Dilihat dari beberapa penelitian sebelumnya, belum ditemukan penelitian yang mengkaji minat pelaku UMKM khususnya bidang warung nasi di sekitar Universitas Siliwangi Tasikmalaya terhadap program sertifikasi halal. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor internal dan faktor eksternal yang mempengaruhi minat pelaku UMKM dalam mengajukan sertifikasi halal. Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemikiran untuk menambah pengetahuan dan wawasan mengenai kewajiban dan urgensi sertifikasi halal serta memberikan bahan pembelajaran bagi peneliti selanjutnya. Selain itu, kajian ini juga diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi bagi pemerintah untuk lebih baik lagi penerapan sertifikasi halal dan meningkatkan kesadaran pelaku usaha akan pentingnya sertifikasi halal.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif dengan analisis deskriptif. Lokasi yang dipilih yaitu warung nasi di sekitar Universitas Siliwangi Kota Tasikmalaya. Terdapat sekitar 14 pelaku usaha warung nasi yang ada di sekitar Universitas Siliwangi, namun hanya 9 pelaku usaha yang bersedia untuk diwawancarai. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari observasi sekaligus wawancara yang dilakukan kepada pemilik warung nasi di sekitar Universitas Siliwangi. Sedangkan sumber data sekunder yaitu dari dokumentasi dan studi kepustakaan dengan bantuan media internet, serta catatan lapangan. Sumber data diperoleh melalui dokumentasi dan wawancara. Teknik dokumentasi dilakukan dengan mengawasi dan meneliti dokumen-dokumen yang berkaitan dengan permasalahan. Sedangkan, teknik wawancara yang dilaksanakan dengan melakukan tanya jawab kepada pelaku usaha warung nasi di sekitar Universitas Siliwangi. Dalam penelitian ini menggunakan analisis data kualitatif dengan konsep Miles dan Huberman, dimana prosesnya dimulai dari reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pelaku Usaha Warung Nasi dalam Melakukan Sertifikasi Halal

Minat dikenal sebagai keputusan atau pembelian suatu jasa/produk tertentu. (Rudianto, 2022) Banyak sekali faktor yang mempengaruhi timbulnya minat, yang secara umum dapat dibedakan menjadi dua kategori, yaitu faktor internal seperti pengalaman, pengetahuan dan pemahaman. Ada pula faktor yang berasal dari luar diri atau eksternal, seperti lingkungan keluarga, lingkungan sosial, dan lain-lain. (Sriwana et al., 2020)

1. Faktor internal

a. Pengetahuan Pelaku Usaha Terhadap Sertifikasi Halal

Pengetahuan tentang sertifikasi halal yang dimiliki pelaku usaha merupakan

hal penting yang nantinya dapat mempengaruhi keputusan pelaku usaha dalam menggunkan sertifikasi halal tersebut. Oleh karena itu, kurangnya pengetahuan tentang sertifikasi halal membuat pelaku usaha menjadi kurang berminat bahkan tidak berminat sama sekali untuk melakukan pengajuan sertifikasi halal. Hal ini dibuktikan dari penelitian yang dilakukan oleh Maulidiyah dkk menunjukkan bahwa pemahaman mempunyai pengaruh terhadap keputusan pengajuan sertifikasi halal.(Isnaini Nuraliyah et al., 2023)

Pada penelitian ini, peneliti melakukan wawancara kepada sembilan pelaku usaha warung nasi di sekitaran Universitas Siliwangi. Data yang dihasilkan dari wawancara tersebut menunjukkan tanggapan yang hampir sama terhadap sertifikasi halal. Ketika peneliti memberikan pertanyaan tentang sertifikasi halal, informan menjelaskan enam dari sembilan pelaku usaha belum mengetahui tentang sertifikasi halal. Hanya tiga informan yang sudah mengetahui tentang sertifikasi halal. Seperti pada kutipan wawancara dengan pemilik Warung Nasi Bengkel Perut berikut ini :

“Saya belum tahu tentang sertifikasi halal, karena saya tidak main handphone. Jadi saya belum pernah dapat informasi mengenai sertifikasi halal.”

Salah satu pelaku usaha yang sudah mengetahui tentang sertifikasi halal, mengaku mendapatkan informasi tersebut dari media sosial. Namun, jawaban informan masih sangat umum. Seperti yang dilihat dari hasil wawancara dengan pemilik warung Nasi Pulkejo berikut ini:

“Menurut saya sertifikasi halal itu membuktikan bahwa yang dijual sudah terjamin halal.”

Menurut data yang diberikan oleh informan dari hasil wawancara di atas, maka dapat disimpulkan bahwa dari segi pengetahuan tentang sertifikasi halal bagi pelaku UMKM bidang warung nasi khususnya di sekitaran Universitas Siliwangi masih terbilang minim. Pelaku usaha mengaku bahwa belum ada sosialisasi dari pihak-pihak terkait, terutama pemerintah. Seperti kutipan pada wawancara dengan pemilik Warung Nasi Bibil berikut:

Belum ada sosialisasi dari pihak RT atau RW terkait sertifikasi halal, karena mungkin hal itu juga dipengaruhi oleh kultur atau budaya yang disini tuh hampir 100% muslim.”

Hal ini juga dibuktikan oleh hasil peneltian Lubis dkk yang juga menemukan bahwa regulasi kewajiban sertifikasi halal belum berhasil menyentuh seluruh lapisan pelaku usaha akibat belum terlaksananya peran pemerintah dalam mensosialisasikan program ini dengan baik.(Lubis et al., 2022)

b. Pemahaman Tentang Regulasi

Ketentuan mengenai kewajiban sertifikasi halal diatur dalam UU Nomor 12. Peraturan Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, PP Nomor 31 Tahun 2019 Peraturan Pelaksana Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 dan PMA Nomor 20 Tahun 2021 Tanggal 14 September 2021 tentang Sertifikasi Halal Usaha Mikro dan Kecil. Peraturan yang ditetapkan pemerintah mengatur bahwa produk yang beredar, masuk dan diperjualbelikan di Indonesia harus memiliki sertifikat halal. Menurut Anam and Sariati, 2021 dalam (Ningrum, Puspita, Tri, 2022)undang-undang tersebut bertujuan untuk menjamin kepastian hukum atas produk yang beredar, mengingat mayoritas penduduk Indonesia beragama Islam. Tujuan sertifikasi halal tidak hanya untuk melindungi konsumen dengan jaminan

produk halal, namun juga agar pelaku usaha dapat bersaing di pasar yang memiliki kebutuhan berbeda dari waktu ke waktu.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan delapan dari sembilan informan mengaku belum mengetahui akan adanya regulasi ini. Hanya satu informan yang sudah mengetahui adanya regulasi ini. Pengetahuan pelaku usaha mengenai regulasi sertifikasi halal lantaran beliau mengaku sebagai Pendamping PPH (Proses Produk Halal). Meski begitu usaha rumah makan yang didirikannya belum bersertifikasi halal. Hasil wawancara yang dilakukan dengan Warung Nasi Ibu Imas sebagai berikut:

“Tahu, kebetulan saya sendiri sebagai pendamping PPH, bahkan untuk mendukung regulasi tersebut sekarang pemerintah mempunyai program SEHATI.”

Setelah ditanyakan kesediaan pelaku usaha untuk mengajukan sertifikasi halal meskipun tanpa instruksi pemerintah, tujuh dari sembilan menyatakan bersedia dengan catatan bahwa pengajuan sertifikasi halal tidak dipungut biaya apapun. Sementara dua diantaranya tidak bersedia mengajukan sertifikasi halal lantaran keyakinan pelaku usaha bahwa makanan yang dijual sudah pasti halal.

c. Lokasi

Lokasi dapat menjadi faktor internal yang mempengaruhi minat pelaku usaha dalam menggunakan sertifikasi halal. Menempatkan usaha di lokasi yang strategis akan memudahkan pemasaran, karena biasanya lokasi utama berada di lokasi yang strategis dan paling banyak dikunjungi orang. Kemudian, berada di lokasi yang strategis juga akan mudah ditemukan oleh calon konsumen. (Rudianto, 2022)

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan kepada sembilan pelaku usaha warung nasi yang berada di sekitaran Universitas Siliwangi, menunjukkan bahwa lokasi yang dekat dengan kampus Universitas Siliwangi akan mempengaruhi omset penjualan dan menjadikan lokasi usaha tersebut menjadi strategis. Hal ini mempengaruhi minat pelaku usaha untuk tidak menggunakan sertifikasi halal karena dengan lokasi yang sudah strategis dan di lingkungan sekitar belum banyak yang menggunakan sertifikasi halal. Seperti pada kutipan wawancara dengan pemilik warung nasi Pedo berikut:

“Kalau tempatnya sih strategis dan Alhamdulillah rame terus meskipun tidak memiliki sertifikasi halal. Untuk konsumennya mayoritas mahasiswa. Di sekitaran Universitas Siliwangi juga belum banyak yang sudah mendapatkan sertifikasi halal.”

Lokasi usaha juga dapat mempengaruhi persepsi pelaku usaha terhadap sertifikasi halal, karena sebagian pelaku usaha berpendapat bahwa sertifikasi halal hanya diperuntukkan bagi restoran terkenal dan yang memiliki produk kemasan. Seperti yang dikatakan oleh pemilik warung nasi Teu Nyangka berikut:

Untuk lokasi cukup strategis dan mayoritas konsumen berasal dari mahasiswa. Di daerah sini juga belum banyak yang mengajukan sertifikasi halal seperti halnya, kecuali makanan yang dikemas seperti usaha kue kering, yang didalamnya terdapat tulisan expired dan halal nya, tidak seperti usaha saya TO misalnya, yang dalam sehari pun akan basi.”

Kemudian wawancara yang dilakukan kepada warung nasi Ibu Imas sebagai berikut:

Belum ada konsumen yang menanyakan tentang kehalalan dari produk ini. Untuk tempat sudah strategis. Sertifikasi halal kalau di desa mah tidak mempengaruhi omzet penjualan, mungkin kalau di kota besar akan mempengaruhi.”

Hasil wawancara yang dilakukan kepada pemilik warung nasi Ibu Imas menunjukkan bahwa lokasi yang sudah strategis, sertifikasi halal tidak berpengaruh terhadap omzet penjualan dan konsumen juga tidak pernah bertanya mengenai sertifikasi halal.

Dari pemaparan faktor lokasi di atas, maka penulis dapat mengambil kesimpulan bahwa:

Untuk lokasi dari para pelaku usaha warung nasi di sekitar Universitas Siliwangi sudah cukup strategis untuk menarik minat konsumen. Kemudian ada yang beranggapan juga bahwa sertifikasi halal hanya diperuntukkan bagi produk yang sudah memiliki kemasan dan sertifikasi halal tidak mempengaruhi terhadap omzet penjualan. Di lingkungan sekitar mereka juga banyak yang belum menggunakan sertifikasi halal. Hal ini mengakibatkan para pelaku usaha tidak menggunakan sertifikasi halal, juga didukung dengan konsumen yang tidak pernah bertanya mengenai sertifikasi kehalalan warung nasi tersebut.

2. Faktor Eksternal

a. Biaya Sertifikasi Halal

Berdasarkan pertanyaan yang diajukan, delapan dari sembilan informan tidak mengetahui biaya spesifik untuk mengajukan sertifikasi halal reguler. Nominal biaya pengajuan sertifikasi halal bervariasi tergantung besar kecilnya usaha. Dilansir dari Kementerian Agama Republik Indonesia bahwa tarif pengajuan sertifikasi halal untuk usaha mikro dan kecil (UMK) sebesar Rp. 300.000. Untuk skala usaha menengah sebesar Rp.5.000.000 dan untuk usaha besar dan/atau berasal dari luar negeri dikenakan tarif sebesar Rp. 12.500.000.(Khoeron, 2022)

Setelah mengetahui biaya pengajuan sertifikasi halal reguler, para informan merasa keberatan dengan biaya tersebut karena mereka yakin biaya yang dikenakan cukup tinggi. Oleh karena itu, informan tidak tertarik untuk mengajukan sertifikasi halal melalui jalur reguler.

Dari hasil wawancara yang telah dilakukan diketahui bahwa tujuh dari sembilan informan lebih tertarik untuk mengajukan sertifikasi halal jika tidak ada biaya yang dibebankan, salah satunya melalui program Sertifikasi Halal Gratis. Hal ini sebagaimana hasil wawancara yang telah dilakukan kepada Warung Nasi Galunggung, sebagai berikut:

Saya kebetulan tertarik dengan adanya program SEHATI dari pemerintah, buat pengusaha kecil kayak saya lumayan juga bikin secara gratis”

Sementara dua dari sembilan informan mengaku tidak bersedia untuk mengajukan sertifikasi halal walaupun secara gratis, Sebagaimana hasil wawancara yang telah dilakukan kepada Warung Nasi Teu Nyangka, sebagai berikut:

Saya tidak tertarik untuk mengajukan sertifikasi halal, lagian mau disimpan dimana”

Adapun hasil wawancara yang telah dilakukan kepada Warung Nasi Bibil, sebagai berikut:

“Sebenarnya saya tidak terlalu tertarik juga mengajukan sertifikasi halal, karena produk saya kan homemade, jadi pasti halal. Dan juga, selama saya jualan belum ada konsumen yang menanyakan apakah usaha saya sudah sertifikasi halal atau belum.”

Dari hasil wawacara tersebut, dapat penulis simpulkan bahwa ketidaktertarikan kedua informan untuk mengajukan sertifikasi halal, didorong oleh beberapa alasan, diantaranya: 1) Asumsi informan yang menganggap sertifikasi halal tidak penting. 2) Keyakinan informan terhadap produk yang dijual dapat dipastikan halal. 3) Kepercayaan konsumen terhadap produk yang dijual oleh informan.

b. Kemudahan (Prosedur Sertifikasi Halal)

Pertimbangan pelaku usaha dalam mengajukan sertifikasi halal tentu tidak terlepas dari bagaimana proses pengajuan sertifikasi halal berlangsung, berapa lama, dan dokumen apa saja yang diperlukan. Namun, hanya sedikit para usaha yang mengetahui seperti apa alur proses permohonan sertifikasi halal dan dokumen apa yang diperlukan. Hal ini disebabkan karena kurangnya mendapatkan informasi atau sosialisasi dan kurang aktifnya mencari informasi tentang sertifikasi halal. Kurangnya informasi membuat pelaku usaha tidak dapat memahami secara akurat mengenai proses dan prosedur sertifikasi halal. (Mya & Handayani, 2023)

Setelah menjelaskan sedikit tentang proses dan dokumen pengajuan sertifikasi halal, para pelaku usaha warung nasi mengatakan bahwa proses dan dokumen tersebut terkesan berbelit-belit. Mereka juga mengaku tidak tertarik untuk mengajukan sertifikasi halal sendiri dengan alasan sibuk, kecuali ada yang datang dan bersedia untuk membantu proses sertifikasi halal maka mereka bersedia. Seperti yang dikatakan oleh pemilik warung nasi Bu Aroh berikut:

Kalau sistemnya jemput bola, saya berminat untuk mengajukan sertifikasi halal. Namun, jika mengajukan sendiri belum ada kemauan karena saya sibuk untuk jaga warung dan tidak ada waktu untuk kesana kemari”

Meskipun telah ada fasilitas pelayanan pengurusan sertifikasi halal secara *online*, ternyata hal ini tidak berarti memberi kemudahan bagi pelaku UMK karena minimnya kemampuan pelaku UMK dalam menggunakan teknologi informasi.

KESIMPULAN

Dari hasil analisis ditemukan beberapa faktor internal dan eksternal yang mendasari minat pelaku usaha warung nasi di sekitar Universitas Siliwangi dalam melakukan sertifikasi halal.

1. Pada faktor internal pertama, dilihat dari aspek pengetahuan pelaku usaha akan sertifikasi halal masih terbilang rendah. Dilihat dari aspek pemahaman pelaku usaha tentang regulasi sertifikasi halal dinilai sangat kurang, hal ini didorong karena kurangnya literasi pelaku usaha dan tidak adanya sosialisasi dari pihak terkait tentang adanya regulasi tersebut. Terakhir dilihat dari aspek lokasi usaha, mereka menganggap lokasi usaha sudah strategis, hal tersebut mempengaruhi minat pelaku usaha untuk tidak melakukan sertifikasi halal, pelaku usaha menganggap bahwa

- sertifikasi halal hanya untuk usaha restoran dan usaha produk kemasan, sertifikasi halaltidak mempengaruhi omset penjualan dan tidak ada konusmen yang mempertanyaakan terkait kehalalaan produknya sendiri.
2. Selanjutnya, pada faktor eksternal pertama, dilihat dari aspek biaya sertifikasi halal, pelaku usaha hanya tertarik untuk mengajukan sertifikasi halal secara gratis atau tidak dipungut biaya apapun. Terakhir, dilihat dari aspek prosedur pengajuan sertifikasi halal, pelaku usaha menganggap bahwa prosedur pengajuan sertifikasi halal dinilai rumit dan berbelit-belit, adapun pelayanan secara *online* tidak memberikan kemudahan bagi pelaku usaha karena minimnya kemampuan mereka, sehingga hal ini mempengaruhi minat mereka dalam mengajukan sertifikasi halal.
 3. Berdasarkan temuan tersebut, literasi mengenai sertifikasi halal bagi UMK harus dilaksanakan dalam skala yang lebih besar. Disarankan kepada pihak terkait seperti BPJPH untuk lebih aktif melakukan sosialisasi peraturan mengenai kewajiban sertifikasi halal bagi usaha kecil dan mikro. Selain perlunya menambah literatur terkait sertifikasi halal, sedikitnya sumber juga menjadi kelemahan penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Databoks. (2023). *Jumlah Populasi Muslim di Kawasan ASEAN, Indonesia Terbanyak*.
- Faridah, H. D. (2019). Sertifikasi Halal di Indonesia: Sejarah, Perkembangan, dan Implementasi. *Journal of Halal Product and Research*, 2(2), 68–78.
- Indonesia.go.id. (2021). *Data Jumlah UMKM dan Pertumbuhan Usaha*.
- Isnaini Nuraliyah, 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>
- Khoeron, M. (2022). *Catat, Ini Tarif Layanan Permohonan Sertifikasi Halal*.
Kemenag.Go.Id.
- Lubis, M. F., Saidin, O., Agusmidah, A., & Sukarja, D. (2022). Kesadaran Hukum Pelaku UMKM di Kabupaten Labuhanbatu Selatan terhadap Sertifikasi Halal Pasca Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 Tentang Cipta Kerja. *Locus Journal of Academic Literature Review*, 1(5), 322–332. <https://doi.org/10.56128/ljoalr.v1i16.83>
- Muklis, & Sari, S. P. (2020). Tingkat Pemahaman Pelaku UMKM terhadap Sertifikasi Halal pada Produk Dodol di Desa Serdang Kulon Kabupaten Tangerang Banten. *At-Ta'awun: Journal of Islamic Economics*, 1(1), 21–31.
- Mya, V. A. N., & Handayani, T. (2023). Minat Pelaku Usaha Mikro Bidang Makanan dan Minuman di DKI Jakarta Terhadap Program Sertifikasi Halal Gratis. *Islamic Economics and Business Review*, 2(2). <https://doi.org/10.59580/iesbir.v2i2.6240>
- Ningrum, Puspita, Tri, R. (2022). Problematika Kewajiban Sertifikasi Halal bagi Pelaku Usaha Mikro dan Kecil (UMK) di Kabupaten Madiun. *Istithmar: Jurnal Studi EkonoI Syariah*, 6(7), 43–58.
- Pamuji, S. (2023). *Lampau Target, 2,9 Juta Produk Sudah Bersertifikasi Halal*. Kementerian Agama Republik Indonesia. <https://kemenag.go.id/nasional/lampau-target-2-9-juta-produk-sudah-bersertifikat-halal-mRNDU>
- Primatami, A., & Hidayati, N. (2019). Perkembangan Usaha Mikro Kecil (Umk) Di Provinsi Jawa Barat Tahun 2006 – 2016. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 21(3), 203.



<https://doi.org/10.33370/jpw.v21i3.350>

Puspita Ningrum, R. T. (2022). Problematika Kewajiban Sertifikasi Halal bagi Pelaku Usaha Mikro dan Kecil (UMK) di Kabupaten Madiun. *Istithmar : Jurnal Studi Ekonomi Syariah*, 6(1), 43–58. <https://doi.org/10.30762/istithmar.v6i1.30>

Rudianto. (2022). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Rendahnya Minat Pelaku Usaha Kuliner dalam Menggunakan Sertifikasi Halal (Studi Kasus Rumah Makan di Kota Jambi)*. <https://repository.unja.ac.id/41580/>

Sriwana, E., Harahap, I., Windari, W., & Hardana, A. (2020). THE EFFECT OF KNOWLEDGE ON VOTING INTEREST PRODUCTS PT. MANDIRI SHARIA BANK PADANGSIDIMPUAN (Case Study to Guru Al-Azhar Bi'ibadillah Ujung Gading District Angkola stem). *Journal Of Sharia Banking*, 1(1), 1–6.

<https://doi.org/10.24952/jsb.v1i1.4676>