

## ANALISIS TINGKAT KEPUASAN PELAKU USAHA MIKRO DAN KECIL TERHADAP PELAYANAN SERTIFIKASI HALAL SELF DECLARE

Dewi Hastuti<sup>1</sup> Farikha Maharani<sup>2</sup> Endah Subekti<sup>3</sup> M Takhim<sup>4</sup> Asmaul Husna<sup>5</sup>

Universitas Wahid Hasyim

Correspondence Author : [dewihastuti@unwahas.ac.id](mailto:dewihastuti@unwahas.ac.id)

**Abstract:** *The halal product process assistant (P3H) plays an important role in managing self-declaration halal certification, namely as a person who assists micro and small entrepreneurs (MSEs) to declare the halalness of their digital-based products. Services that are not maximized can reduce the trust and number of MSEs to take care of halal certificates. The originality of this research lies in a comprehensive study of business actor satisfaction with P3H performance. This study aims to identify and measure business actor satisfaction and analyze attributes that are very important in influencing the quality of P3H services. The respondents of this study were 100 MSEs who had obtained halal certificates through P3H assistance. The research method is the Importance Performance Analysis (IPA) method which is then plotted using the Cartesian Diagram and the Customer Satisfaction Index (CSI) method. The results showed that the IPA calculation had a suitability level value of 97.75% and on the Cartesian Diagram of 19 attributes there were 2 attributes that required improvement and improvement, namely attribute number 3 (tangibles) and 16 (assurance). The results of the calculation of the Customer Satisfaction Index (CSI) method get a score of 88.51%, indicating that MSE businesses feel "very satisfied" because the score is in the scale range of 81% to 100%, so it can be said that P3H's performance is very good. This study implies that P3H must continue to improve service quality, especially attributes whose service value is less than satisfactory and can maintain or improve attributes that are very important and very satisfying in order to increase satisfaction with self-declare halal certification services.*

**Keywords:** *P3H; Halal Certification; Importance and Performance Analysis; Cartesian Diagram; Customer Satisfaction Index.*

**Abstrak:** Pendamping proses produk halal (P3H) sangat berperan penting dalam pengurusan sertifikasi halal self declare yaitu sebagai orang yang mendampingi pelaku usaha mikro dan kecil (UMK) menyatakan kehalalan produknya yang berbasis digital. Pelayanan yang kurang maksimal dapat mengurangi kepercayaan dan jumlah UMK untuk mengurus sertifikat halal. Keaslian penelitian ini terletak pada studi komprehensif tentang kepuasan pelaku usaha pada kinerja P3H. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan mengukur kepuasan pelaku usaha serta menganalisis atribut-atribut yang sangat penting mempengaruhi kualitas pelayanan P3H. Responden penelitian ini adalah 100 pelaku usaha UMK yang sudah mendapatkan sertifikat halal melalui pendampingan P3H. Metode penelitian dengan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) yang kemudian dilakukan *plotting* dengan menggunakan Diagram Kartesius dan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI). Hasil penelitian menunjukkan perhitungan IPA memiliki nilai tingkat kesesuaian sebesar 97,75 % dan pada Diagram Kartesius dari 19 atribut terdapat 2 atribut yang memerlukan perbaikan dan peningkatan yaitu atribut nomor 3 (tangibles) dan 16 (assurance). Hasil perhitungan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) mendapatkan skor sebesar 88,51% menunjukkan bahwa pelaku usaha UMK merasa "sangat puas" yaitu berada pada rentang skala 81 % sampai dengan 100%, jadi dapat dikatakan bahwa kinerja P3H sudah sangat bagus. Penelitian ini mengimplikasikan bahwa P3H harus tetap meningkatkan kualitas pelayanan khususnya pada atribut yang nilai pelayanannya kurang memuaskan dan dapat mempertahankan atau meningkatkan atribut yang sangat penting dan sangat memuaskan supaya dapat meningkatkan kepuasan terhadap pelayanan sertifikasi halal self declare.

**Kata Kunci :** Self Declare; Sertifikasi Halal; *Importance and Performance Analysis*; Diagram Kartesius; *Customer Satisfaction Index*.

## PENDAHULUAN

Hakikatnya semakin meningkatnya tingkat kompetensi yang dimiliki oleh warga negara Indonesia sudah pasti berdampak pada banyaknya minat terhadap suatu hal yang baru ataupun belum banyak diketahui oleh masyarakat umum, dan ini dibuktikan dengan semakin banyaknya produk-produk buatan dalam negeri yang diimpor dari luar negeri ataupun produk lokal yang diproduksi dengan bahan yang tidak hanya lokal tetapi juga asal luar negeri.

Melihat fenomena ini, jika pemerintah Indonesia mengambil kebijakan dengan memberikan sertifikat halal bagi produk-produk yang diproduksi di Indonesia, tentunya akan meningkatkan minat masyarakat Indonesia untuk membeli produk tersebut karena label halal yang di berikan pasti akan memberi keyakinan kepada pembeli bahwa produk yang mereka beli tidak mengandung unsur yang membahayakan konsumennya. Selain itu juga sertifikasi halal juga akan berdampak positif terhadap peningkatan perekonomian Indonesia karena pemerintah juga akan mendapat tambahan pemasukan berupa pajak dari setiap produk yang telah mendapatkan sertifikasi halal.

Ada tiga pihak yang berperan dalam proses sertifikasi halal sebuah produk yang diajukan oleh pelaku usaha yaitu Majelis Ulama Indonesia (MUI), Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) dan Lembaga Pemeriksa Halal (LPH). Masing – masing pihak sudah memiliki tugas dan tanggung jawabnya dalam tahapan sertifikasi halal dari sejak pengajuan pemilik produk hingga terbitnya sertifikat. Khusus untuk LPH bertugas melakukan pemeriksaan atau pengujian kehalalan produk yang diajukan sertifikasi halalnya. Pemeriksaan ini dilakukan oleh Auditor halal dan pendamping PPH yang dimiliki oleh LP3H.

Peran pendamping PPH ini sangat penting, karena yang akan bertanggungjawab untuk mendampingi pelaku usaha dalam mendapatkan Sertifikasi Halal melalui *Self Declare*. Salah satu LP3H yang ada di Semarang yang sudah memiliki pendamping adalah Pusat Kajian Halal Universitas Wahid Hasyim. Pendamping dari Pusat Kajian Halal Unwahas sudah mendampingi dan membantu mengurus proses pendaftaran sertifikasi halal bagi UMK di Jawa tengah sejak tahun 2022.

Usaha kecil dan mikro (UKM) merupakan usaha yang mendapatkan fasilitas pengurusan sertifikasi halal secara gratis melalui *self declare* karena UMK salah satu bagian penting dari perekonomian suatu negara ataupun daerah. Berbagai upaya pengembangan UKM telah dilakukan, salah satunya dengan membangkitkan dan memperbanyak orang atau pengusaha baru di bidang UKM, sehingga masyarakat desapun diberi keterampilan dengan harapan keterampilan tersebut menjadi sebuah usaha kreatif yang memberi manfaat bagi perekonomian keluarga dan masyarakat desa. Demikian pula usaha kreatif tersebut juga dapat membuka kesempatan dan lapangan kerja baru bagi masyarakat (Wahyudi dalam Safitri, dkk, 2023).

Kehalalan suatu produk merupakan perintah agama yang wajib dijalankan dan dijalankan oleh setiap muslim yang dari segi bisnis merupakan pasar pangan yang tersebar di Indonesia. Makanan halal merupakan syarat utama yang harus dipenuhi oleh konsumen. Dalam Islam, Halal adalah tonggak yang diterapkan bahwa boleh atau tidak boleh dikonsumsi oleh seorang Muslim menurut Al-Qur'an, Hadits, atau Ijtihad Ulama.

Komposisi suatu produk tidak serta merta menunjukkan kehalalan suatu produk pangan, tetapi juga perlu diperhatikan bahan campuran lain yang digunakan pada saat produksi pertama sampai ke tangan pembeli (Fauziah, 2021). Pemberlakuan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal berdampak langsung pada pelaku usaha mikro, sebagaimana diamanatkan dalam Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal pasal 4 mewajibkan semua produk yang beredar di Indonesia harus bersertifikat halal. Padahal, diketahui jumlah UMKM di Indonesia yang tercatat Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah pada tahun 2018-2019 mencapai 64,199,606. Dan pada tahun 2019 mencapai 66,471,134 meningkat 2,98% dibandingkan tahun sebelumnya. Banyaknya jumlah UMKM tentu saja menimbulkan permasalahan terkait sertifikasi halal, karena tidak semua UMKM mampu membayar biaya sertifikasi halal wajib, terutama pelaku usaha mikro.

Pemerintah melalui Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja dan Peraturan Pemerintah turunannya sebenarnya telah memberikan solusi terkait masalah biaya sertifikasi halal, dimana dalam peraturan tersebut disebutkan bahwa pembiayaan sertifikasi halal bagi usaha mikro dapat difasilitasi oleh pemerintah atau swasta secara gratis. Hal ini telah diperjelas dalam Peraturan Menteri Keuangan Nomor 57/PMK.05/2021 tentang Tarif Layanan Badan Layanan Umum Badan Penyelenggaraan Jaminan Produk Halal pada Kementerian Agama yang menyebutkan bahwa UMK tidak dipungut biaya (Rp.0) untuk mendapatkan sertifikasi halal. Namun, kriteria UMK dan petunjuk teknis rinci pelaksanaan sertifikasi gratis ini belum dikeluarkan oleh BPJPH. Selain itu, kurangnya sosialisasi oleh BPJPH dan kurangnya kesadaran hukum para pelaku usaha mikro juga menjadi kendala dalam upaya implementasi Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal.

UMKM memiliki peran penting bagi pertumbuhan ekonomi Indonesia, berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UMKM Republik Indonesia, pada tahun 2020 menunjukkan kontribusi UMKM yang besar. Berikut ini adalah kontribusi UMKM terhadap perekonomian Indonesia. UMKM menyerap hingga 97 persen dari total tenaga kerja, UMKM memberikan hingga 99 persen dari total penyerapan tenaga kerja, UMKM berkontribusi 61,97 persen dari total PDB nasional, UMKM berkontribusi 15,2 persen dari total ekspor, dan UMKM juga berkontribusi 60, 4 persen dari total investasi.

Berdasarkan Undang Undang Republik Indonesia Nomor 39 Tahun 2021, yang dimaksud dengan produk Halal adalah produk produk (termasuk didalamnya produk makanan dan minuman) yang memenuhi persyaratan syariat Islam, mulai dari proses penyediaan bahan, pengolahan, penyimpanan, pengemasan, pendistribusian, penjualan, dan penyajian produk.

Saat ini, Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) mewajibkan seluruh produk makanan dan minuman yang beredar dan diperdagangkan di Indonesia wajib memiliki sertifikat Halal [1]. Namun demikian, persentase jumlah produk bersertifikasi halal di Indonesia saat ini masih sangat kecil. Pada Tahun 2019, hanya sekitar 10% dari produk yang beredar dipasar Indonesia telah memiliki sertifikat halal [2]. Dengan demikian, diperlukan upaya-upaya strategis untuk meningkatkan jumlah produk tersertifikasi halal yang beredar di Indonesia (Lubis, dkk, 2022).

Pada UUPK Pasal 8 ayat (1) huruf h mengatur bahwa pelaku usaha dilarang memproduksi atau memperdagangkan barang yang tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal. Selain itu Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal Pasal 4 mengatur bahwa setiap produk makanan yang beredar, dan diperdagangkan di wilayah Indonesia wajib bersertifikasi halal.

Dalam UU Nomor 33 Tahun 2014 Bab IV, terdapat 4 (empat) Pasal yang mengatur tentang pelaku usaha yaitu Pasal 23 tentang hak pelaku usaha, Pasal 24 tentang pelaku usaha yang mengajukan sertifikat halal, Pasal 25 yang mengatur pelaku usaha yang telah memperoleh sertifikat halal dan pelaku usaha yang yang dikecualikan dari pengajuan sertifikat halal. Hal inilah yang menyebabkan belum ada jaminan kepastian hukum yang mengatur tentang produk halal, padahal kebutuhan akan jaminan produk halal menjadi keniscayaan dan sangat mendesak terutama dalam kaitannya dengan perlindungan konsumen dan kancah perdagangan global.

Lahirnya Undang Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (UUJPH) sesungguhnya semakin mempertegas betapa mendesaknya persoalan halalharam dalam rantai produksi dari pelaku usaha hingga sampai di tangan konsumen dan dikonsumsi oleh konsumen, dimana terdapat pula peran pihak perantara seperti distributor, subdistributor, grosir, maupun pengecer sebelum sampai ke tangan konsumen akhir (Lim charity, 2017).

Terhadap pelaku usaha yang tidak melakukan kewajiban bagi pelaku usaha yang telah memperoleh sertifikat halal sebagaimana yang tercantum pada Pasal 25 UU JPH maka dikenai sanksi administratif berupa peringatan tertulis, denda administratif atau pencabutan sertifikat halal. Dan juga bagi pelaku usaha yang tidak melakukan kewajiban dalam memproduksi produk dari bahan yang berasal dari barang yang dijamin sesuai Pasal 26 dikenakan sanksi administratif berupa teguran lisan, teguran tertulis atau denda administratif.

Undang-Undang tentang Jaminan Produk Halal juga mengatur akibat hukum yang akan diperoleh pihak pelaku usaha jika tidak melakukan pendaftaran sertifikat halal, hal itu tercantum dalam Pasal 56, dimana sanksi yang akan diperoleh ialah sanksi administratif berupa penarikan produk dari peredaran. Selain itu, terdapat sanksi pidana bagi pihak yang tidak mempertahankan kehalalan produk, yaitu sanksi pidana kurungan 5 tahun dan denda sebesar Rp. 2.000.000.000,00 (Dua Milyar Rupiah). Dalam UU Nomor 33 Tahun 2014 Bab IV, terdapat 4 (empat) Pasal yang 23 tentang hak pelaku usaha, Pasal 24 tentang pelaku usaha yang mengajukan sertifikat halal, Pasal 25 yang mengatur pelaku usaha yang telah memperoleh sertifikat halal dan pelaku usaha yang yang menggunakan bahan yang diharamkan dikecualikan dari pengajuan sertifikat halal (Kurniawan, B.S, dkk, 2014).

Sertifikasi halal pada produk dapat meningkatkan kepuasan pelanggan yang bermanfaat bagi peningkatan omzet bisnis. Logo halal pada kemasan berpengaruh cukup signifikan terhadap keputusan pembelian. Pencantuman logo halal pada kemasan juga dapat mendorong terbentuknya keputusan pembelian. Dengan adanya logo halal pada kemasan produk akan berdampak langsung pada kepuasan dan keputusan pembelian, khususnya pada umat muslim selain itu juga dapat memberikan dampak adanya peningkatan omset penjualan setelah melakukan pemasangan logo halal pada kemasan. Ada pengaruh yang signifikan antara logo halal dan kepuasan konsumen. Hal ini membuktikan bahwa logo halal menjadi salah satu faktor penting yang akan dipertimbangkan konsumen ketika membeli suatu produk (Sekarwati, E., & Hidayah, M., 2022). Berdasarkan hal tersebut, sertifikat halal menjadi sangat penting bagi pelaku usaha.

Mengukur kepuasan konsumen terdapat berbagai hal yang harus diperhatikan tidak hanya kualitas produk, harga kualitas pelayanan juga sangat berpengaruh. Oleh karena itu, pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan konsumen. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada konsumen untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Kualitas pelayanan juga menjadi salah satu kunci utama keberhasilan. Hal tersebut sepaham dengan pendapat kualitas pelayanan dimana kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. (Tjiptono, 2005)

Upaya untuk memenuhi kepuasan pelanggan dapat dilakukan dengan berbagai strategi namun yang perlu diperhatikan kepuasan pelanggan baik yang menyangkut dana maupun menyangkut sumber daya manusia. Namun ada hal yang unik dalam kepuasan pelanggan, karena kepuasan pelanggan bersifat dinamis. Tingkat kepuasan seseorang terhadap sebuah produk atau jasa selalu berubah-ubah dari waktu ke waktu. Kebutuhan dan keinginan serta harapan tidak lagi sama dengan hari-hari sebelumnya, begitulah tingkat kepuasan konsumen pelanggan selalu bergerak naik turun, tergantung dari kondisi internal dan eksternal yang melingkupi pelanggan itu sendiri (Philip Kotler, 2009). Berdasarkan latar belakang tersebut sangat diperlukan untuk menganalisis tingkat kepuasan pelaku usaha UMK yang pendaftaran sertifikat halalnya di dampingi oleh pendamping proses produk halal (P3H). Pendamping proses produk halal (P3H) sangat berperan penting dalam pengurusan sertifikasi halal self declare yaitu sebagai orang yang mendampingi pelaku usaha mikro dan kecil (UMK) menyatakan kehalalan produknya yang berbasis digital. Pelayanan yang kurang maksimal dapat mengurangi kepercayaan dan jumlah UMK untuk mengurus sertifikat halal.

## METODE

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, di mana menyebarkan kuesioner melalui Google Form dan wawancara langsung dengan responden untuk mengumpulkan data. Penelitian ini menggunakan teknik random sampling. Responden dalam penelitian ini adalah 100 pelaku usaha yang telah mendapatkan sertifikat halal secara self de clare dengan di dampingi P3H dan tinggal di Provinsi Jawa Tengah. Kuisisioner disusun dengan menggunakan skala Likert dengan rentang penilaian 1-5. Skala Likert untuk Jawaban Responden Parameter Skala :

|                   |     |
|-------------------|-----|
| Sangat Tidak Puas | : 1 |
| Tidak Puas        | : 2 |
| Cukup Puas        | : 3 |
| Puas              | : 4 |
| Sangat Puas       | : 5 |

## Analisis Data

### Uji Validitas

Uji Validitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana validitas data yang didapat dari penyebaran kuisisioner. Uji validitas diperoleh dengan cara mencari korelasi setiap indikator variabel, kemudian hasil korelasi dibandingkan dengan taraf signifikan 0,05 karena taraf signifikan mempunyai hubungan terhadap kepuasan konsumen untuk mendapatkan persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan (Sugiyono, 2006). Taraf signifikan ( $\alpha$ ) = 5% dalam pengujian validitas kuisisioner dikatakan valid apabila  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ . Pertanyaan suatu variabel dengan menggunakan rumus korelasi *r-product moment pearson* yaitu dengan cara



mengkorelasi skor item dengan skor totalnya.

a) Menentukan hipotesis

$H_0$  = skor atribut berkolerasi positif (valid)

$H_1$  = skor atribut tidak berkolerasi positif (tidak valid)

b) Menentukan nilai  $r_{tabel}$

Untuk memperoleh angka kritis pada  $r_{tabel}$  angka kritis nilai r, perlu dihitung derajat kebebasan terlebih dahulu dari tabel *r-product momen pearson* dengan nilai :

$$df = N - 2$$

Keterangan :

$df$  = derajat kebebasan

N = jumlah sampel

c) Menentukan nilai  $r_{hitung}$

$$r = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(n(\sum x^2 - (\sum x)^2)(n \sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

Keterangan :

r = Koefisien *Pearson Product Moment*

X = Skor yang diperoleh subjek dalam setiap item

Y = Skor total subyek

XY = Skor pada subjek item dikalikan skor total

n = Banyak responden

d) Mengambil keputusan

- Jika  $r_{hitung}$  positif, serta  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka variabel tersebut valid

Jika  $r_{hitung}$  positif, serta  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka variabel tersebut tidak valid

- Jika  $r_{hitung}$  negatif, serta  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka variabel tersebut tidak valid

Jika  $r_{hitung}$  negatif, serta  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka variabel tersebut tidak valid

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat menunjukkan dipercaya atau tidak. Untuk mengetahui sejauh mana alat pengukur benar-benar mengukur apa yang seharusnya diukur (Umar, 2020). Untuk pengujian reliabilitas dilakukan dengan teknik *cronbach alpha*, dengan jumlah sampel uji coba kuesioner sebanyak 50 responden. Suatu instrumen penelitian dinyatakan reliabel apabila nilai  $r_{alpha} > 0,60$ . Perhitungan reliabilitas alat ukur penelitian ini dilakukan menggunakan program *SPSS 22 for windows*, dengan tingkat signifikan 0.05 sehingga probabilitas  $r_{hitung}$  dinyatakan reliabel jika memberikan nilai  $alpha \geq 0.6$  (Ghozali, 2002).

Formula untuk menghitung koefisien *Cronbach Alpha* adalah sebagai berikut

$$\alpha = \left( \frac{b}{b-1} \right) \left( \frac{vt - \epsilon v1}{vt} \right)$$

Keterangan:

$\alpha$  : *CronbachAlpha*

b : Banyaknya butir angket

Vt : Varian skortotal

Vi : Varian butir  $i=1,2,...,n$

### **Importance Performance Analysis (IPA)**

Data yang diperoleh berguna untuk mengetahui tingkat kepentingan secara nyata dari atribut pelayanan dan atribut produk. Pertanyaan yang diberikan adalah pertanyaan tertutup dimana konsumen diminta untuk memilih jawaban dari pilihan yang ada. Pilihan dibuat berjenjang mulai dari intensitas paling rendah, diberi angka 1 (sangat tidak penting) sampai paling tinggi diberi angka 5 (sangat penting). Sama halnya dengan menjelaskan tingkat kepentingan, dalam menjelaskan tingkat kinerja juga menggunakan pilihan jawaban dengan skala *Likert*. Pilihan dibuat berjenjang mulai dari intensitas paling rendah, diberi angka 1 (sangat tidak puas) sampai paling tinggi diberi angka 5 (sangat puas).

Penilaian tingkat kinerja yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen akan diwakili oleh huruf (X), sedangkan untuk penilaian tingkat kepentingan diwakili oleh huruf (Y).

### **Analisis Tingkat Kesesuaian**

Tingkat kesesuaian adalah hasil perbandingan skor kinerja perusahaan dengan skor kepentingan perusahaan. Dalam tingkat kesesuaian digunakan untuk menentukan urutan prioritas peningkatan faktor kinerja yang diukur.

Rumus yang digunakan :

$$TKi = \frac{X_i}{Y_i} \times 100\%$$

Keterangan :

TKi = Tingkat kesesuaian responden

Xi = Skor tingkat kepentingan

Yi = Skor tingkat kepuasan

### **Analisis Diagram Kartesius**

Hubungan antara tingkat kepentingan dengan tingkat kinerja yang dirasakan oleh pelanggan maka digunakan diagram Kartesius yang dibagi menjadi empat bagian dan dibatasi oleh dua garis berpotongan tegak lurus

(  $\bar{X}_I$  dan  $\bar{Y}_I$  ) dimana  $\bar{X}_I$  merupakan rata-rata dari rata-rata nskor tingkat kinerja dan  $\bar{Y}_I$  merupakan rata-rata dari rata-rata nskor tingkat kepentingan. Pembagian daerah tersebut didasarkan pada perpotongan 2 (dua) buah garis secara tegak lurus pada titik  $\bar{X}_I$  dan  $\bar{Y}_I$  yang didapat dengan rumus:

$$\bar{X}_I = \frac{\sum_{i=1}^n \bar{X}_I}{K} \text{ dan } \bar{Y}_I = \frac{\sum_{i=1}^n \bar{Y}_I}{K}$$

Keterangan :

$\bar{X}_I$  = rata-rata dari rata-rata skor tingkat kepentingan

$\bar{Y}_I$  = rata-rata dari rata-rata skor kepuasan konsumen

K = banyaknya atribut yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen

### **Customer Satisfaction Index (CSI)**

*Customer Satisfaction Index* (CSI) merupakan metode yang digunakan untuk mengukur kepuasan responden secara menyeluruh dengan melihat tingkat kepentingan berdasarkan atribut-atribut produk dan fasilitas yang diukur. Metode CSI memberikan data yang jelas mengenai tingkat kepuasan konsumen.

Sehingga pada satuan waktu tertentu dapat melakukan evaluasi secara berkala untuk memperbaiki pelayanan yang dinilai konsumen adalah sebuah nilai lebih. Ada empat langkah untuk melakukan perhitungan *Customer Satisfaction Index* (CSI).

1. Menentukan *Weighting Factor* (WF)

Mengubah nilai kepentingan menjadi angka persentase dari total rata-rata tingkat kepentingan seluruh atribut yang diuji sehingga memperoleh WF 100%

$$WF = \frac{MIS_i}{MIS_t} \times 100\%$$

2. Menentukan *Weight Score* (WS)

Perkalian antara nilai rata-rata tingkat kinerja masing-masing atribut dengan WF masing-masing atribut.

$$WS = WF\% \times \bar{X}$$

3. Menentukan *Weighted Total* (WT)

$$WT = \sum_{i=1}^p WS$$

4. *Customer Satisfaction Index* (CSI)

Index kepuasan konsumen dapat dihitung sebagai berikut :

$$CSI = \frac{WAT}{HS} \times 100\%$$

Skala kepuasan konsumen yang umum dipakai dalam interpretasi adalah 0 sampai skala 1. Berikut merupakan tabel Skala Kriteria *Customer Satisfaction Index* :

Tabel 1. Kriteria CSI (*Customer Satisfaction Index*)

| Nilai <i>index</i> Kepuasan | Kriteria <i>Customer Satisfaction</i> |
|-----------------------------|---------------------------------------|
| 0,00 – 0,34/ 0 – 34%        | Tidak Puas                            |
| 0,35 – 0,50/ 35 – 50%       | Kurang Puas                           |
| 0,51 – 0,65/ 51 – 65%       | Cukup Puas                            |
| 0,66 – 0,80/ 66 – 80%       | Puas                                  |
| 0,81 – 1,00/ 81 – 100%      | Sangat Puas                           |

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran profil responden pada tabel 4.1. Diketahui bahwa dengan sampel sebanyak 100 orang dengan rentang usia 20-63 tahun, terbanyak di rentang usia 36 – 43 tahun sebanyak 28 orang. Semua responden dalam usia masih produktif. Sedangkan tingkat pendidikan 99% sudah mengenyam pendidikan dasar, pendidikan sekolah menengah paling banyak yaitu 63%. Jenis kelamin lebih di dominasi perempuan. Lebih banyak pelaku usaha mikro dan kecil yang dilakukan oleh perempuan, dimana jenis usahanya adalah makanan dan minuman.

Para pelaku usaha yang mengurus halal tidak hanya yang beragama Islam, tetapi yang non Islam pun ikut mengurus sertifikat halal. Hal ini menunjukkan bahwa kesadaran para pelaku usaha untuk mendapatkan sertifikat halal produknya tidak hanya untuk yang beragama Islam, tetapi untuk semua pelaku usaha tanpa melihat agamanya. Berdasarkan domisilnya, responden tersebar di 9 kota/kabupaten di Jawa Tengah dan terbanyak berasal dari kota Semarang.



Tabel 2. Profil Responden

| No | Keterangan       | Responden      |            |
|----|------------------|----------------|------------|
|    |                  | Jumlah (Orang) | Persentase |
| 1  | Umur             |                |            |
|    | 20-27            | 6              | 6%         |
|    | 28-35            | 23             | 23%        |
|    | 36-43            | 28             | 28%        |
|    | 44-51            | 25             | 25%        |
|    | 52-59            | 14             | 14%        |
|    | 60-67            | 4              | 4%         |
| 2  | Pendidikan       |                |            |
|    | Tidak Sekolah    | 1              | 1%         |
|    | Sekolah Menengah | 63             | 63%        |
|    | Diploma          | 10             | 10%        |
|    | S1               | 25             | 25%        |
|    | S2               | 1              | 1%         |
| 3  | Jenis Kelamin    |                |            |
|    | Laki Laki        | 22             | 22%        |
|    | Perempuan        | 78             | 78%        |
| 4  | Agama            |                |            |
|    | Islam            | 89             | 89%        |
|    | Non Islam        | 11             | 11%        |
| 5  | Domisili         |                |            |
|    | Kota Semarang    | 44             | 44%        |
|    | Kab. Semarang    | 2              | 2%         |
|    | Kab. Kendal      | 10             | 10%        |
|    | Kab. Karanganyar | 34             | 34%        |
|    | Kab. Sukoharjo   | 5              | 5%         |
|    | Kab. Kudus       | 1              | 1%         |
|    | Kab. Pati        | 1              | 1%         |
|    | Kab. Wonosobo    | 2              | 2%         |
|    | Kab. Rembang     | 1              | 1%         |

Sumber: Hasil Penelitian 2023

### Uji Validitas dan Reliabilitas

Pada hasil uji validitas menggunakan 100 kuisioner dengan menggunakan bantuan *software SPSS 21.0 for windows*. Dapat diketahui bahwa  $r$  hitung pada atribut kepentingan dan kepuasan lebih besar dari pada  $r$  Tabel, maka dapat disimpulkan bahwa pertanyaan-pertanyaan yang ada di kuisioner telah valid.

Tabel 3. Uji Validitas Atribut

| No | Atribut                       | r Rata rata<br>Kepentingan | r Rata rata<br>Kepuasan | r Tabel | Status |
|----|-------------------------------|----------------------------|-------------------------|---------|--------|
| 1  | Tangibles (Bukti Fisik)       | 0,609                      | 0,569                   | 0,197   | Valid  |
| 2  | Empathy (Empati)              | 0,667                      | 0,707                   | 0,197   | Valid  |
| 3  | Reliability (Kehandalan)      | 0,736                      | 0,744                   | 0,197   | Valid  |
| 4  | Responsiveness (Daya Tanggap) | 0,731                      | 0,720                   | 0,197   | Valid  |
| 5  | Assurance (Kepastian)         | 0,715                      | 0,790                   | 0,197   | Valid  |

Sumber : Hasil Penelitian (2023)

### Uji Reliabilitas

Setelah dilakukan uji validitas syarat penting lain yang juga diperlukan pada penelitian yaitu kereliabilitas suatu data. Teknik uji reliabilitas yang digunakan adalah analisis dengan menggunakan *Cronbach's Alpha* dengan bantuan *software SPSS IBM 23.0 for windows*.

Hasil dari perhitungan pada *software SPSS 23.0 for windows* dapat dilihat dari nilai *Cronbach's Alpha* pada tabel dibawah ini :

Tabel 4. *Cronbach's Alpha* pada uji reliabilitas skor kepuasan

|                                |                  |            |                 |
|--------------------------------|------------------|------------|-----------------|
| Cronbach's Alpha               | Part 1           | Value      | ,897            |
|                                |                  | N of Items | 10 <sup>a</sup> |
|                                | Part 2           | Value      | ,939            |
|                                |                  | N of Items | 9 <sup>b</sup>  |
|                                | Total N of Items |            | 19              |
| Correlation Between Forms      |                  |            | ,845            |
| Spearman-Brown Coefficient     | Equal Length     |            | ,916            |
|                                | Unequal Length   |            | ,916            |
| Guttman Split-Half Coefficient |                  |            | ,916            |

a. The items are: X.1, X.2, X.3, X.4, X.5, X.6, X.7, X.8, X.9, X.10.

b. The items are: X.10, X.11, X.12, X.13, X.14, X.15, X.16, X.17, X.18, X.19.

Tabel 5. *Cronbach's Alpha* pada uji reliabilitas skor kepentingan

|                                |                  |            |                 |
|--------------------------------|------------------|------------|-----------------|
| Cronbach's Alpha               | Part 1           | Value      | ,895            |
|                                |                  | N of Items | 10 <sup>a</sup> |
|                                | Part 2           | Value      | ,926            |
|                                |                  | N of Items | 9 <sup>b</sup>  |
|                                | Total N of Items |            | 19              |
| Correlation Between Forms      |                  |            | ,829            |
| Spearman-Brown Coefficient     | Equal Length     |            | ,906            |
|                                | Unequal Length   |            | ,907            |
| Guttman Split-Half Coefficient |                  |            | ,906            |

a. The items are: Y.1, Y.2, Y.3, Y.4, Y.5, Y.6, Y.7, Y.8, Y.9, Y.10.

b. The items are: Y.10, Y.11, Y.12, Y.13, Y.14, Y.15, Y.16, Y.17, Y.18, Y.19.

Hasil dari perhitungan uji reliabilitas tersebut dinyatakan reliabel karena nilai *Cronbach's Alpha* > 0.6. Hal ini membuktikan bahwa atribut-atribut pertanyaan yang digunakan di dalam kuisioner reliabel artinya bahwa atribut-atribut pada kuisioner yang sudah disebar dapat menunjukkan stabilitas dari hasil pengamatan bila diukur menggunakan atribut-atribut tersebut. Jadi berapa kali pun atribut- atribut pertanyaan dalam kuisioner tersebut ditanyakan kepada responden yang berlainan, hasilnya tidak akan jauh dari rata-rata jawaban responden untuk atribut- atribut tersebut.

### Importance Performance Analysis (IPA)

Dalam metode IPA ini, kemudian dilakukan perhitungan selanjutnya yaitu perhitungan nilai tingkat kepentingan / harapan dan tingkat kepuasan pelaku usaha. Kemudian menghitung rata-rata tingkat kepuasan dan rata rata tingkat kepentingan dan kemudian hasilnya akan dipetakan ke dalam diagram kartesius yang terbagi dalam 4 kuadran dengan menggunakan bantuan *software SPSS 21.0 for Windows*.

Tabel 6. Tabel Tingkat Kesesuaian

| No                                   | Atribut                                                                                   | Total Skor  |          | Kesesuaian (%) |
|--------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|----------|----------------|
|                                      |                                                                                           | Kepentingan | Kepuasan |                |
| <b>Tangibles (Bukti Fisik)</b>       |                                                                                           |             |          |                |
| 1                                    | Penataan interior dan eksterior LP3H yang menarik                                         | 454         | 441      | 97,13          |
| 2                                    | Fasilitas yang memadai                                                                    | 449         | 435      | 96,88          |
| 3                                    | Kebersihan, kerapian, dan kenyamanan bangunan LP3H                                        | 456         | 440      | 96,49          |
| 4                                    | Penampilan pegawai dan pendamping proses produk halal yang rapi dan menarik               | 451         | 444      | 98,44          |
| <b>Empathy (Empati)</b>              |                                                                                           |             |          |                |
| 5                                    | Para pendamping PPH yang selalu memberikan                                                | 468         | 449      | 95,94          |
| 6                                    | Para pendamping PPH memberikan pelayanan yang sama tanpa memandang status sosial pelaku   | 467         | 458      | 98,07          |
| 7                                    | Pendamping proses produk halal memberikan perhatian secara individual kepada pelaku usaha | 453         | 442      | 97,57          |
| 8                                    | Para pendamping PPH mampu memahami akan kebutuhan ataupun keluhan pelaku usaha UMK        | 456         | 446      | 97,80          |
| 9                                    | Kesungguhan para pendamping dalam memberikan pelayanan                                    | 463         | 452      | 97,62          |
| <b>Reliability (Kehandalan)</b>      |                                                                                           |             |          |                |
| 10                                   | Keramahan Pendamping PPH dalam melayani                                                   | 456         | 448      | 98,24          |
| 11                                   | Keterampilan dan kecakapan pendamping PPH dalam menerima pelaku usaha                     | 449         | 445      | 99,10          |
| 12                                   | LP3H dan pendamping PPH menyediakan berbagai pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan      | 452         | 441      | 97,56          |
| <b>Responsiveness (Daya Tanggap)</b> |                                                                                           |             |          |                |
| 13                                   | Kesiapan Pendamping PPH setiap saat apabila                                               | 449         | 442      | 98,44          |
| 14                                   | Kecepatan dan ketepatan pendamping PPH pada saat proses administrasi                      | 446         | 441      | 98,87          |
| 15                                   | Kemampuan pihak Pusat Kajian Halal dalam menanggapi keluhan / kritik / saran dari PU UMK  | 449         | 445      | 99,10          |
| <b>Assurance (Kepastian)</b>         |                                                                                           |             |          |                |
| 16                                   | Pegawai dan Pendamping PPH terampil dalam menangani pelanggan                             | 458         | 441      | 96,28          |
| 17                                   | Pendamping mampu berkomunikasi yang baik kepada pelaku usaha                              | 455         | 448      | 98,46          |
| 18                                   | Pengetahuan yang dimiliki pendamping sesuai dengan bidangnya                              | 451         | 441      | 97,78          |
| 19                                   | Jaminan kepercayaan terhadap pelayanan pendamping PPH/ PKH/ LP3H Unwahas                  | 459         | 447      | 97,38          |
| Nilai Rata rata                      |                                                                                           | 97,75       |          |                |

Berdasarkan tabel 4.6 yaitu antara tingkat kepuasan pelayanan dengan tingkat kepentingan atribut-atribut pelayanan, maka dibuat suatu penilaian khusus yang menjadi dasar untuk mempertahankan prestasi pelayanan yang baik atau harus melakukan perbaikan terhadap layanan yang sudah ada. Batas dari pengambilan keputusan yaitu sebesar 97.75 % dengan cara menggunakan tolak ukur yaitu nilai rata-rata tingkat kesesuaian atribut pertanyaan.

Dasar dari keputusan tersebut adalah sebagai berikut :

- a. Bila  $TK < 97,75\%$  maka dilakukan perbaikan / *action* (A)
- b. Bila  $TK > 97,75\%$  maka dilakukan usaha untuk mempertahankan prestasi/*hold* (H)

Tabel 7. Tabel Keputusan *Hold & Action*

| No | Tingkat Kesesuaian | Keputusan<br>Hold (H)/<br>Action (A) |
|----|--------------------|--------------------------------------|
| 1  | 97,13              | A                                    |
| 2  | 96,88              | A                                    |
| 3  | 96,49              | A                                    |
| 4  | 98,44              | H                                    |
| 5  | 95,94              | A                                    |
| 6  | 98,07              | H                                    |
| 7  | 97,57              | A                                    |
| 8  | 97,80              | H                                    |
| 9  | 97,62              | A                                    |
| 10 | 98,24              | H                                    |
| 11 | 99,10              | H                                    |
| 12 | 97,56              | A                                    |
| 13 | 98,44              | H                                    |
| 14 | 98,87              | H                                    |
| 15 | 99,10              | H                                    |
| 16 | 96,28              | A                                    |
| 17 | 98,46              | H                                    |
| 18 | 97,78              | H                                    |
| 19 | 97,38              | A                                    |

Sumber : Data Penelitian (2023)

Berdasarkan tabel 7, terdapat 10 atribut untuk dipertahankan dan 9 atribut untuk diperbaiki. Hal ini sangat penting mengingat manfaat dari adanya sertifikat halal pada produk bagi pelaku usaha dan konsumennya. Sekarwati, E., & Hidayah, M., (2022), menyampaikan bahwa sertifikasi halal pada produk dapat meningkatkan kepuasan pelanggan yang bermanfaat bagi peningkatan omzet bisnis. Logo halal pada kemasan berpengaruh cukup signifikan terhadap keputusan pembelian. Pencantuman logo halal pada kemasan juga dapat mendorong terbentuknya keputusan pembelian. Dengan adanya logo halal pada kemasan produk akan berdampak langsung pada kepuasan dan keputusan pembelian, khususnya pada umat muslim selain itu juga dapat memberikan dampak adanya peningkatan omset penjualan setelah melakukan pemasangan logo halal pada kemasan. Ada pengaruh yang signifikan antara logo halal dan kepuasan konsumen.

Hal ini membuktikan bahwa logo halal menjadi salah satu faktor penting yang akan dipertimbangkan konsumen ketika membeli suatu produk. Berdasarkan hal tersebut, sertifikat halal menjadi sangat penting bagi pelaku usaha.

Menurut Giyantila, I dan Indriastiningsih, E. (2019), UKM bersertifikat halal memiliki kinerja yang lebih baik pada semua ukuran kinerja, termasuk kapasitas produksi, kualitas produk, penjualan, laba bersih, jumlah konsumen, loyalitas konsumen dan pangsa pasar. Sejalan dengan penelitian Indrawan, B. Dkk. (2022) yang menunjukkan bahwa sikap terhadap halal (HA) dan NFC diterima sebagai variabel yang berpengaruh terhadap perilaku niat beli makanan halal. Lebih lanjut, siswa dari sekolah Islam cenderung memiliki niat beli makanan halal dibandingkan dengan siswa sekolah menengah atas. Hasil penelitian ini dapat menjadi strategi pemasaran dalam industri makanan halal. Kemudian, sekolah harus memperkuat kesadaran halal dalam silabus.

Tabel 8. Nilai Rata-Rata Tiap Atribut

| No                                   | Atribut                                                                                       | Rata rata<br>Kepentingan | Rata rata<br>Kepuasan |
|--------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|-----------------------|
| <b>Tangibles (Bukti Fisik)</b>       |                                                                                               |                          |                       |
| 1                                    | Penataan interior dan eksterior LP3H yang menarik                                             | 4,54                     | 4,41                  |
| 2                                    | Fasilitas LP3H yang memadai                                                                   | 4,49                     | 4,35                  |
| 3                                    | Kebersihan, kerapian, dan kenyamanan bangunan LP3H                                            | 4,56                     | 4,4                   |
| 4                                    | Penampilan pegawai dan pendamping proses produk halal yang rapi dan menarik                   | 4,51                     | 4,44                  |
| <b>Empathy (Empati)</b>              |                                                                                               |                          |                       |
| 5                                    | Para pendamping PPH yang selalu memberikan senyum dan sapa kepada pelanggan                   | 4,68                     | 4,49                  |
| 6                                    | Para pendamping PPH memberikan pelayanan yang sama tanpa memandang status sosial pelaku usaha | 4,67                     | 4,58                  |
| 7                                    | Pendamping proses produk halal memberikan perhatian secara individual kepada pelaku usaha     | 4,53                     | 4,42                  |
| 8                                    | Para pendamping PPH mampu memahami akan kebutuhan ataupun keluhan pelaku usaha UMK            | 4,56                     | 4,46                  |
| 9                                    | Kesungguhan para pendamping dalam memberikan pelayanan                                        | 4,63                     | 4,52                  |
| <b>Reliability (Kehandalan)</b>      |                                                                                               |                          |                       |
| 10                                   | Keramahan Pendamping PPH dalam melayani pelaku usaha UMK                                      | 4,56                     | 4,48                  |
| 11                                   | Keterampilan dan kecakapan pendamping PPH dalam menerima pelaku usaha                         | 4,49                     | 4,45                  |
| 12                                   | LP3H dan pendamping PPH menyediakan berbagai pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan          | 4,52                     | 4,41                  |
| <b>Responsiveness (Daya Tanggap)</b> |                                                                                               |                          |                       |
| 13                                   | Kesiapan Pendamping PPH setiap saat apabila dibutuhkan                                        | 4,49                     | 4,42                  |
| 14                                   | Kecepatan dan ketepatan pendamping PPH pada saat proses administrasi                          | 4,46                     | 4,41                  |
| 15                                   | Kemampuan pihak Pusat Kajian Halal dalam menanggapi keluhan / kritik / saran dari PU UMK      | 4,49                     | 4,45                  |
| <b>Assurance (Kepastian)</b>         |                                                                                               |                          |                       |
| 16                                   | Pegawai dan Pendamping PPH terampil dalam menangani pelanggan                                 | 4,58                     | 4,41                  |
| 17                                   | Pendamping mampu berkomunikasi yang baik kepada pelaku usaha                                  | 4,55                     | 4,48                  |
| 18                                   | Pengetahuan yang dimiliki pendamping sesuai dengan                                            | 4,51                     | 4,41                  |

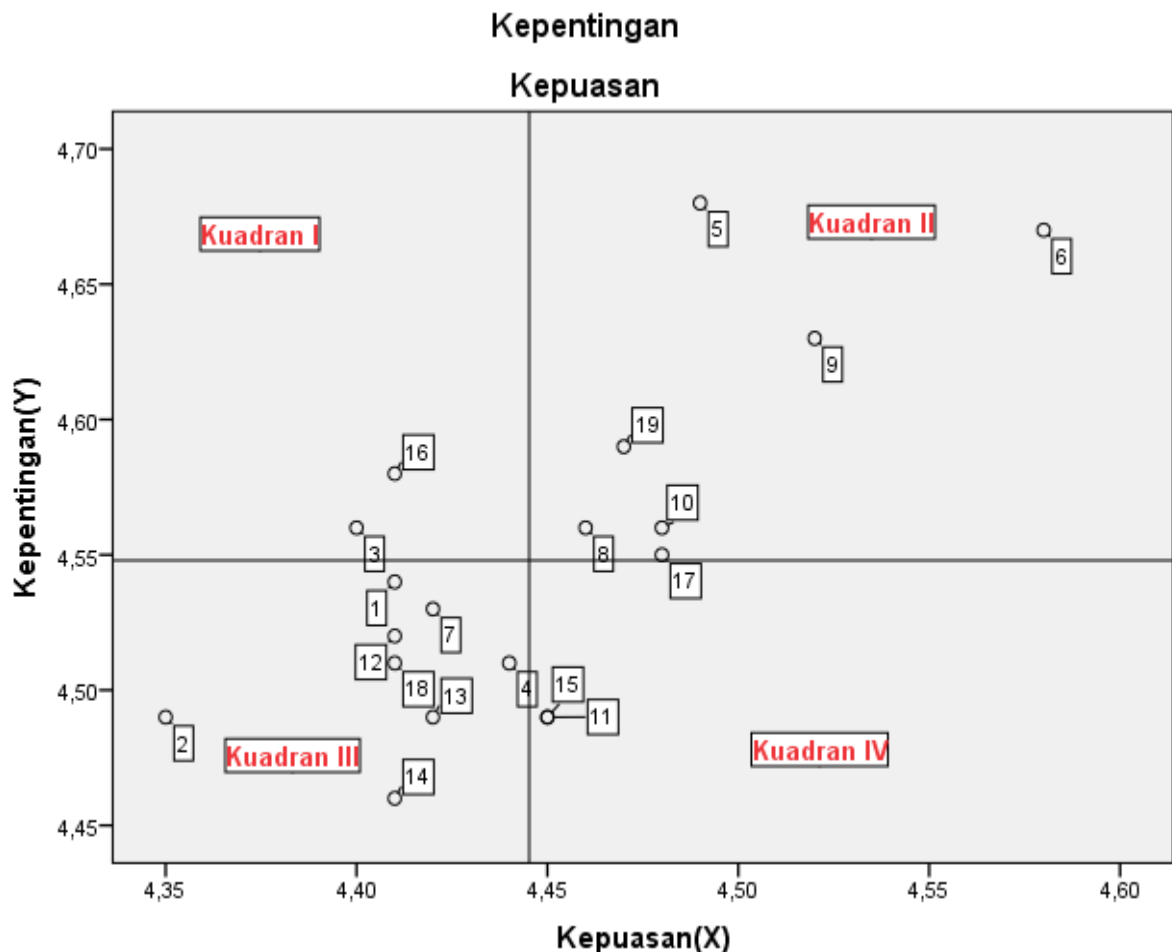
bidangnya

19 Jaminan kepercayaan terhadap pelayanan pendamping  
PPH/ PKH/ LP3H

|       |       |       |
|-------|-------|-------|
|       | 4,59  | 4,47  |
| Total | 86,41 | 84,46 |

Sumber : Data Penelitian (2023)

### Diagram Kartesius



Gambar 1. Diagram Kartesius

Kuadran I adalah Prioritas Utama dimana atribut - atribut yang di plotting ke dalam kuadran ini harus mendapatkan perhatian lebih atau harus diperbaiki. Hal tersebut menunjukkan bahwa konsumen merasakan ketidakpuasan terhadap atribut atau dimensi layanan yang telah diberikan, sehingga perlu adanya perbaikan pada atribut tersebut perlu diprioritaskan. Atribut-atribut tersebut antara lain atribut pertanyaan nomor 3 dan atribut pertanyaan nomor 16. Yaitu kebersihan, kerapian, dan kenyamanan bangunan LP3H, Pegawai dan Pendamping PPH terampil dalam menangani pelanggan. Karena atribut tersebut dianggap sangat mempengaruhi kepuasan pelanggan karena menunjukkan unsur jasa pokok. Sebaiknya dari pihak LP3H dan P3H secepatnya melakukan perbaikan pada atribut atribut pada kuadran ini. Sesuai dengan hasil penelitian Kusuma, N.R (2021) yang menyampaikan bahwa kualitas layanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.



Mengukur kepuasan konsumen terdapat berbagai hal yang harus diperhatikan tidak hanya kualitas produk, harga, kualitas pelayanan juga sangat berpengaruh. Oleh karena itu, pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan konsumen. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada konsumen untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Kualitas pelayanan juga menjadi salah satu kunci utama keberhasilan. Hal tersebut sepaham dengan pendapat kualitas pelayanan dimana kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. (Tjiptono, 2005).

#### 4.4 Customer Satisfaction Index (CSI)

Tahap pengolahan data harapan dan kinerja pendamping proses produk halal adalah mengukur tingkat kepuasan konsumen (pelaku usaha UMK) dengan membuat CSI. CSI digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen secara menyeluruh dengan melihat tingkat kenyataan dari tiap variabel kualitas pelayanan yang dikembangkan dari variabel service quality.

Tabel 9. Hasil Perhitungan *Customer Satisfaction Index* (CSI)

| No                              | Atribut                                                                                       | Rata rata<br>Kepenting<br>an | WF<br>(%) | Rata rata<br>Kepuasa<br>an | WS     |
|---------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------|-----------|----------------------------|--------|
| <b>Tangibles (Bukti Fisik)</b>  |                                                                                               |                              |           |                            |        |
| 1                               | Penataan interior dan eksterior LP3H yang menarik                                             | 4,54                         | 5,25      | 4,41                       | 23,170 |
| 2                               | Fasilitas LP3H yang memadai                                                                   | 4,49                         | 5,19      | 4,35                       | 22,603 |
| 3                               | Kebersihan, kerapian, dan kenyamanan bangunan LP3H                                            | 4,56                         | 5,27      | 4,4                        | 23,219 |
| 4                               | Penampilan pegawai dan pendamping proses produk halal yang rapi dan menarik                   | 4,51                         | 5,21      | 4,44                       | 23,173 |
| <b>Empathy (Empati)</b>         |                                                                                               |                              |           |                            |        |
| 5                               | Para pendamping PPH yang selalu memberikan senyum dan sapa kepada pelanggan                   | 4,68                         | 5,41      | 4,49                       | 24,318 |
| 6                               | Para pendamping PPH memberikan pelayanan yang sama tanpa memandang status sosial pelaku usaha | 4,67                         | 5,40      | 4,58                       | 24,752 |
| 7                               | Pendamping proses produk halal memberikan perhatian secara individual kepada pelaku usaha     | 4,53                         | 5,24      | 4,42                       | 23,171 |
| 8                               | Para pendamping PPH mampu memahami akan kebutuhan ataupun keluhan pelaku usaha UMK            | 4,56                         | 5,27      | 4,46                       | 23,536 |
| 9                               | Kesungguhan para pendamping dalam memberikan pelayanan                                        | 4,63                         | 5,35      | 4,52                       | 24,218 |
| <b>Reliability (Kehandalan)</b> |                                                                                               |                              |           |                            |        |
| 10                              | Keramahan Pendamping PPH dalam melayani pelaku usaha UMK                                      | 4,56                         | 5,27      | 4,48                       | 23,641 |
| 11                              | Keterampilan dan kecakapan pendamping PPH dalam menerima pelaku usaha                         | 4,49                         | 5,19      | 4,45                       | 23,122 |
| 12                              | LP3H dan pendamping PPH menyediakan berbagai pelayanan sesuai dengan yang                     | 4,52                         | 5,23      | 4,41                       | 23,068 |

dijanjikan

**Responsiveness (Daya Tanggap)**

|                              |                                                                            |      |      |      |               |
|------------------------------|----------------------------------------------------------------------------|------|------|------|---------------|
| 13                           | Kesiapan Pendamping PPH setiap saat apabila dibutuhkan                     | 4,49 | 5,19 | 4,42 | 22,967        |
| 14                           | Kecepatan dan ketepatan pendamping PPH pada saat proses administrasi       | 4,46 | 5,16 | 4,41 | 22,761        |
| 15                           | Kemampuan pihak LP3H dalam menanggapi keluhan / kritik / saran dari PU UMK | 4,49 | 5,19 | 4,45 | 23,122        |
| <b>Assurance (Kepastian)</b> |                                                                            |      |      |      |               |
| 16                           | Pegawai dan Pendamping PPH terampil dalam menangani pelanggan              | 4,58 | 5,30 | 4,41 | 23,374        |
| 17                           | Pendamping mampu berkomunikasi yang baik kepada pelaku usaha               | 4,55 | 5,26 | 4,48 | 23,589        |
| 18                           | Pengetahuan yang dimiliki pendamping sesuai dengan bidangnya               | 4,51 | 5,21 | 4,41 | 23,017        |
| 19                           | Jaminan kepercayaan terhadap pelayanan pendamping PPH/ PKH/ LP3H           | 4,59 | 5,31 | 4,47 | 23,744        |
| <b>Total</b>                 |                                                                            |      |      |      | <b>444,57</b> |

Sumber : Data Penelitian (2023)

Indeks Kepuasan Pelanggan = (Total WS : skala maksimum) x 100%  
= (444,57 : 5) x 100%  
= 88,51 %

Berdasarkan dari hasil Tabel 9 diatas, perhitungan yang telah dilakukan menggunakan CSI dapat diketahui bahwa indeks kepuasan pelaku usaha terhadap pelayanan P3H sebesar 88.51 % Dapat dikatakan bahwa tingkat kepuasan pelaku usaha UMK secara umum berada pada kategori Sangat Puas yaitu pada rentang skala 81% sampai dengan 100%. Selaras dengan hasil survey BPJPH Hasil survei Indeks Kepuasan Masyarakat tahun 2021 menunjukkan mutu pelayanan nasional pada sertifikasi halal dipersepsikan baik oleh publik dengan nilai IKM 84,46.

Survei tahun 2022, Indeks Kepuasan Masyarakat naik 3,64 menjadi 88,1 atau dengan predikat sangat baik (<https://bpjph.halal.go.id/detail/gandeng-brin-bpjph-gelar-survei-kepuasan-layanan-produk-halal>). Tingginya tingkat kepuasan UMK terhadap pelayanan juga dipengaruhi oleh adanya perubahan kinerja produknya yang sudah bersertifikat halal. Tingkat penjualan yang naik, karena kesadaran masyarakat akan produk yang bersertifikat halal. Hal ini selaras dengan hasil penelitian M. Fadholi, dkk. (2020), Konsumen millenials memiliki wawasan yang tinggi dan persepsi yang cukup baik mengenai makanan halal yang bersih, aman, higienis, diproduksi secara higienis. Konsumen millenials juga memiliki minat yang sangat tinggi untuk melakukan pembelian ulang terhadap produk makanan halal.

Menurut Salsabila, a.Y dan Ihsan, D.N. (2023) Tiga variabel yang mempengaruhi gaya hidup halal wanita karir adalah religiusitas, kesadaran, dan lingkungan sosial. Dalam penelitian ini, dengan menjalankan perintah agama, para responden dapat merasa tenang karena menjauhi hal-hal yang dilarang oleh Al Qur'an dan Hadist. Para responden merasa dengan menjalankan tanggung jawabnya sebagai muslim akan meningkatkan derajat keimanannya dan dapat mempengaruhi cara hidupnya. Sebagai wanita karir menjalani gaya hidup yang halal merupakan hal yang penting, tidak hanya sebagai bentuk tanggung jawab kepada Allah SWT tetapi juga sebagai identitas diri sebagai seorang muslim.

## KESIMPULAN

1. Berdasarkan pada analisis dan pembahasan yang telah dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan kepuasan pelaku usaha terhadap pelayanan P3H berdasarkan pada hasil pengolahan IPA memiliki nilai tingkat kesesuaian sebesar 97,75 % dan pada Diagram Kartesius dari 19 atribut terdapat 2 atribut yang memerlukan perbaikan dan peningkatan yaitu atribut nomor 3 (tangibles) Kebersihan, kerapian, dan kenyamanan bangunan LP3H dan 16 (assurance) Pegawai dan Pendamping PPH terampil dalam menangani pelanggan . Hasil perhitungan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) mendapatkan skor sebesar 88,51% menunjukkan bahwa pelaku usaha UMK merasa “sangat puas” skor berada pada rentang skala 81 % sampai dengan 100%, jadi dapat dikatakan bahwa kinerja P3H sudah sangat bagus.
2. Penelitian ini mengimplikasikan bahwa P3H harus meningkatkan kualitas pelayanan khususnya pada atribut yang nilai pelayanannya kurang memuaskan dan dapat mempertahankan atau meningkatkan atribut yang sangat penting dan sangat memuaskan supaya dapat meningkatkan kepuasan terhadap pelayanan sertifikasi halal self declare. Lembaga dan pendamping selalu update regulasi sertifikasi halal dan kemampuan dalam melayani pelaku usaha yang mengurus self declare, sehingga tingkat kepercayaan meningkat dan terjaga. Keterbatasan penelitian ini hanya mencakup wilayah Jawa Tengah, kedepannya diharapkan dapat mencakup semua propinsi agar mendapatkan hasil perbandingan yang optimal. Dan dapat mengetahui kendala kendala proses self declare di tiap tiap propinsi. Dengan demikian program self declare dari pemerintah dapat berjalan dengan lancar dan tujuan tercapai.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, B. R. I. L. L. I. A. N. T., & Anwar, M. K. (2020). Analisis Respon Pelaku Usaha Minuman Kopi (Coffee Shop) Terhadap Kewajiban Sertifikasi Halal. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, vol 3 No 2, 165-174. <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jei/article/view/9222>
- Charity Maylim,(2009), Jaminan Produk Halal di Indonesia, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama. <https://e-jurnal.peraturan.go.id/index.php/jli/article/viewFile/77/pdf>
- Elvionita, E., Hastuti, D., Wibowo, H., Subantoro, R., 2022. Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen di Agrowisata Purwosari Kecamatan Mijen Kota Semarang. *Proceedings Series on Physical & Formal Sciences*, Volume 4Prosiding Seminar Nasional Fakultas Pertanian dan Perikanan. ISSN: 2808-7046. Universitas Muhammadiyah Purwokerto. DOI : <https://doi.org/10.30595/pspfs.v4i.516>
- Fauziah, D. R. (2021). ANALISIS IMPLEMENTASI JAMINAN PRODUK HALAL TERHADAP PELAKU UMKM. *Aksioma Al-Musaqoh: Journal of Islamic Economics and Business Studies*, 4(2), 99–112.
- Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21. Semarang. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haryanti, T. (2016). Peningkatan Kesadaran Hukum Pelaku Usaha Terhadap Sertifikasi Halal dalam Menjamin Hak Konsumen Muslim (Studi Kasus Pelaku Usaha Rumah Makan di Batu Merah Kota Ambon). *Tahkim*, 12(1), 73-88.
- Giyanti, I & Indriastiningsih, E. (2019). *Impact of Halal Certification on The Performance of Food Small Medium Enterprises*. *Jurnal Ilmiah Teknik Industri*, UMS, Vol.18(2), Des 2019, 116-123

<https://bpjph.halal.go.id/detail/gandeng-brin-bpjph-gelar-survei-kepuasan-layanan-produk-halal>.

- Indrawan, B., N Nurmita, TA Nengsih, W Utami, D Nasrudin, T Tanti, D Deliza, R Ferawati. (2022). The Influence of Attitude and Need for Cognition on Student's Purchase Intention Behavior on Halal Food: Schools Clustering Perspective. *Indonesian Journal of Halal Research*, 4, 1 (2022): 26-34. DOI: 10.15575/ijhar.v4i1.13092 <https://journal.uinsgd.ac.id/index.php/ijhar/>
- Kotler, P. dan K. L. Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Erlangga, Jakarta.
- Kurniawan Budi Sutrisno Et All, "Tanggungjawab Pelaku Usaha Terhadap Pemberian Label Halal pada Produk Makanan dan Minuman Perspektif Hukum perlindungan Konsumen", *Jurnal Penelitian Universitas Mataram*, Vol. 18, No. 1, Februari 2014.
- Kusuma Nurul Rahmah. 2021. Pengaruh Sertifikasi Halal dan Harga Serta Kualitas terhadap Kepuasan Konsumen di Restoran KFC Cirebon. <http://repository.syekhnurjati.ac.id/id/eprint/5336>
- Lubis, M. F., Saidin, O. K., 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*, 322-332.
- M. Fadholi<sup>1</sup>, Siti Nurhayati<sup>2</sup>, Abdul Hakim<sup>3</sup>, Maila Aflahul Karimah<sup>4</sup>, Arif Wirawan Muhammad<sup>5</sup>, Muhammad Qoes Atieq<sup>6</sup>, Harun Abdul Rahman<sup>7</sup>, Hendri Hermawan Adinugraha<sup>8</sup>, Agus Purwanto<sup>9</sup>, Abdul Mufid<sup>10</sup> (2020). *Exploring Factor's Affecting Consumer's Purchase Intention Of Halal Food Products For Indonesian Millennials Consumers. European Journal of Molecular & Clinical Medicine*, ISSN 2515-8260, Vol 07, Issue 08
- Oggi R Astafy, 2018. ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN MENGGUNAKAN PENDEKATAN *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS* DAN *CUSTOMER SATISFACTION INDEX* (Studi kasus pada Puskesmas Pakem Yogyakarta) [https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/6757/11522334\\_OGGI%20RAH%20ASFARY.pdf?sequence=1](https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/6757/11522334_OGGI%20RAH%20ASFARY.pdf?sequence=1)
- Putra, M. Y. R., Hasnati, H., & Triana, Y. T. (2022). Tanggungjawab Pelaku Usaha Rumah Makan Padang Terhadap Perolehan Sertifikasi Halal di Kota Pekanbaru: Responsibilities of Padang Restaurant Business Actors for Obtaining Halal Certification in Pekanbaru City. *DOKTRINA: JOURNAL OF LAW*, 5(2), 218-224.
- Salsabila, A. Y., & Ihsan, D. N. (2023). The Influence of Halal Lifestyle on Career Women in Indonesia. *Etikonomi*, 22(1), 197–212. <https://doi.org/10.15408/etk.v22i1.30605>.
- Savitri, N. A., Putera, R. R., Arvitrida, N. I., Hartanto, D., Vanany, I., Rusdiansyah, A., & Satria, T. R. (2023). Pemasarakatan dan Pendampingan Sinergis Terhadap Pelaku Usaha Mikro di Surabaya Timur Guna Mendukung Proses Sertifikasi Halal. *Sewagati*, 7(2), 222-229.
- Sekarwati, E., & Hidayah, M. (2022). Pendampingan Dan Sosialisasi Pendaftaran Sertifikasi Halal Menggunakan Aplikasi Sihalal Bagi Pelaku umkm Kabupaten Purworejo. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Intimas (Jurnal INTIMAS): Inovasi Teknologi Informasi Dan Komputer Untuk Masyarakat*, 2(2), 84-89.
- Shofiyah, R., & Qadariyah, L. (2022). Pemaknaan Sertifikasi Halal Bagi Pelaku Umkm Sektor Pangan Yang Telah Bersertifikat Halal Di Kabupaten Bangkalan. *Maro: Jurnal Ekonomi Syariah dan Bisnis*, 5(2), 246-259.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Cetakan ke-26. Alfabeta, Bandung.
- Tjiptono, F. 2005. Strategi Pemasaran. ANDI, Yogyakarta.
- Undang -Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Kewajiban Sertifikasi Halal.
- Widodo, A. S., & Rachman, A. Z. (2022). TINGKAT KEPUASAN MASYARAKAT PELAKU USAHA UMKM TERHADAP PROGRAM KULIAH KERJA NYATA BERBASIS ONLINE DI MASA PANDEMI. *BAKTIMU: Jurnal Pengabdian*
- Analisis Tingkat Kepuasan Pelaku Usaha Mikro dan Kecil Terhadap Pelayanan...**



*Kepada Masyarakat*, 2(2), 105-116.

Wima Y. Prasetyo, S.M. (2012). Manajemen Pelayanan Publik Pengukuran Kualitas Pelayanan Publik. Surabaya: Universitas Brawijaya.

Yuliana, A. (2018). PENGARUH SERTIFIKAT HALAL TERHADAP TINGKAT PENJUALAN AYAM SEGAR PT. ADIL MART PONTIANAK. *Jurnal Ekonomi Integra*, 3(1), 048-057.