

ANALISIS PEMAHAMAN MASYARAKAT TERHADAP KEWAJIBAN SERTIFIKASI HALAL PADA PRODUK MAKANAN DAN MINUMAN SKALA UMK DI KABUPATEN SUKABUMI

Aditia Ginantaka^{1a}, Awalia Rachima Suganda², Delfitriani²

¹Mahasiswa Teknologi Industri Pertanian, Universitas Djuanda

²Staf Pengajar Teknologi Industri Pertanian, Universitas Djuanda

Jl. Tol Ciawi No. 1, Kotak Pos 35 Ciawi, Bogor 16720.

^aKorespondensi: Aditia Ginantaka, E-mail: aditia.ginantaka@unida.ac.id

(Diterima: 23-09-2024; Disetujui: 17-10-2024)

ABSTRACT

Sukabumi Regency is one of the regions in West Java Province that has a large number of micro and small enterprises (MSEs), especially in the food and beverage industry sector. Although there are many MSEs in Sukabumi Regency, only about 30% of all MSEs in the food and beverage sector have halal certificates, according to data from the Sukabumi Regency Halal Product Assurance Agency (BPJPH). This study aims to analyze the level of awareness of MSE actors and the lower middle class, the majority of whom are consumers of MSE actors. The respondents to the study were 100 consumers and MSE business actors. Data was collected using questionnaires. The results showed that although 72% of respondents were aware of halal certification, their understanding was still limited. Most MSEs in the food sector (74%) and (26%) in the beverage sector, are aware of the importance of halal certification, but only 42% have it, MSE business actors are still constrained by certification costs that are considered expensive and the certification process is complicated. To increase the understanding and implementation of halal certification, it is recommended to increase socialization, provide incentives, and simplify the certification process for MSE actors. The government and related institutions need to play an active role in this effort.

Keywords: awareness, halal certification, socialization, Micro and Small Enterprises (MSEs)

ABSTRAK

Kabupaten Sukabumi merupakan salah satu daerah di Provinsi Jawa Barat yang memiliki jumlah Usaha mikro Kecil (UMK) yang cukup besar, terutama di sektor industri makanan dan minuman. Meskipun ada banyak UMK di Kabupaten Sukabumi, hanya sekitar 30% dari seluruh UMK di bidang makanan dan minuman yang memiliki sertifikat halal, menurut data Badan Penyelenggara Jaminan Produk halal (BPJPH) Kabupaten Sukabumi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat kesadaran pelaku UMK dan masyarakat menengah kebawah yang mayoritas merupakan konsumen dari pelaku UMK. Responden penelitian adalah 100 orang konsumen dan pelaku usaha UMK. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun 72% responden mengetahui sertifikasi halal, pemahaman mereka masih terbatas. Sebagian besar pelaku UMK di bidang makanan (74%) dan (26%) di bidang minuman, menyadari pentingnya sertifikasi halal, namun hanya 42% yang memilikinya, pelaku usaha UMK masih terkendala oleh biaya sertifikasi yang dianggap mahal dan proses sertifikasi yang rumit. Untuk meningkatkan pemahaman dan penerapan sertifikasi halal, disarankan untuk meningkatkan sosialisasi, memberikan insentif, dan mempermudah proses sertifikasi bagi pelaku UMK. Pemerintah dan lembaga terkait perlu berperan aktif dalam upaya ini.

Kata Kunci: kesadaran, sertifikasi halal, sosialisasi, Usaha Mikro dan Kecil (UMK)

How to cite:

Suganda, A. R., Ginantaka, A., & Delfitriani, D. (2024). Analisis Pemahaman Masyarakat Terhadap Kewajiban Sertifikasi Halal pada Produk Makanan dan Minuman Skala UMK di Kabupaten Sukabumi. *Jurnal Ilmiah Pangan Halal*, 6(2), 13–34. <https://doi.org/10.30997/jiph.v6i2.15627>

PENDAHULUAN

Kesadaran halal adalah tingkat pemahaman dalam mengetahui masalah yang berkaitan dengan konsep halal (Nofianti dan Rofiqoh, 2019) di dalam (Ningrum, 2023). Konsumen dan produsen makanan akan diharuskan untuk memastikan bahwa produk tersebut halal sesuai dengan standar Islam dan pemerintah. Menurut (Setyaningsih dan Marwansyah, 2019) mendefinisikan kesadaran halal sebagai tingkat pengetahuan seorang muslim tentang halal. Beberapa definisi kesadaran halal dapat digunakan untuk membuat kesimpulan bahwa seseorang memiliki pemahaman yang kuat tentang semua aspek halal dan haram berdasarkan Alquran dan Hadist, terutama terkait makanan. Adapun indikator kesadaran halal menurut penelitian Golnaz *et al.* (2010), Widyaningrum (2019), Hapsari *et al.* (2019) dalam jurnal ilmiah yang disusun oleh Triana (2021) disebutkan ada pemahaman atau pengetahuan, prioritas dalam mengkonsumsi produk halal, sadar akan halal dan indikator keamanan produk (Triana, 2021).

Tahun 2023, jumlah pelaku UMKM di Indonesia mencapai 67 juta. Persetujuan sertifikasi halal harus memiliki Nomor Induk Berusaha terlebih dahulu. Namun, hanya 5,8% dari unit tersebut memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB), yang mengakibatkan akuisisi Sertifikasi Halal terbatas dan kepatuhan terhadap Standar Nasional Indonesia (Kemenkop UKM 2023). Peraturan Undang-undang No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (JPH) mewajibkan sertifikasi halal harus ada pada setiap produk yang termasuk dalam kategori produk konsumsi. Seperti makanan dan minuman, obat-obatan, kosmetik, produk-produk yang mengandung bahan asal hewan dan nabati serta produk-produk farmasi dan kesehatan hewan (Menteri Hukum dan HAM, 2014). Produk yang wajib bersertifikasi halal pada 18 Oktober 2024

yaitu, makanan dan minuman, bahan baku, bahan tambahan pangan, bahan penolong untuk produk makanan dan minuman, serta produk penyembelihan dan hasil sembelihan. Sejalan dengan banyaknya masyarakat yang mengkonsumsi makanan halal, hal ini tidak sebanding dengan tingkat kepemilikan sertifikasi halal pada Usaha Mikro dan Kecil (UMK) (Hidayat, 2018). Sesuai data BPJPH, jumlah produk UMK bersertifikat halal sebanyak 1.021.457 per tanggal 2 September 2023.

Kesadaran pelaku UMK untuk melakukan sertifikasi halal sangatlah rendah dikarenakan kurangnya edukasi tentang pentingnya JPH (Jaminan Produk Halal) (Syahrir *et al.* 2019). Begitupun rendahnya sertifikasi halal dikarenakan pelaku usaha masih enggan mendaftarkan usahanya agar tersertifikasi halal karena belum mengetahui secara rinci mengenai regulasi sertifikasi halal (Ahmad dan Anwar 2020). Dilaporkan bahwa ada kurangnya partisipasi di kalangan pelaku UMK untuk mendapatkan sertifikasi Halal (Mashitoh *et al.* 2013). Hal ini disebabkan oleh asumsi yang dibuat oleh konsumen untuk percaya bahwa karena pelaku atau pemilik UMK adalah Muslim, maka produk yang diproduksi harus halal (Mashitoh *et al.* 2013). Setiap kali sosialisasi dilakukan, pemahaman UMK terhadap sertifikasi halal meningkat satu tingkat, meskipun dampaknya tidak terlalu signifikan. Hasil perhitungan juga menunjukkan bahwa semakin besar skala usaha, pemahaman tentang sertifikasi halal juga akan semakin mendalam (Akim *et al.* 2019).

Pemerintah Indonesia berperan dalam mendorong pelaku usaha untuk memajukan produk halal melalui penerapan sertifikasi halal (Hasan 2014). Oleh karena itu, perlu dilakukan analisis kesadaran pelaku UMK untuk mengetahui apa yang memengaruhi kepatuhan terhadap kewajiban sertifikasi halal dan bagaimana hal ini dapat berdampak pada pilihan konsumen dan keberlanjutan bisnis pelaku UMK. Dilihat dari sisi produsen, sertifikasi halal adalah persyaratan yang

ditetapkan oleh pemerintah yang berwenang untuk memberikan label halal pada kemasan produk. Sertifikasi halal akan menarik pelanggan muslim dan non-muslim untuk mengonsumsinya tanpa merasa takut akan produk yang tidak aman atau berkualitas rendah (Warto dan Samsuri, 2020).

Beberapa penelitian terdahulu banyak yang menganalisis pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian pada produk makanan, diantaranya pada produk sosis kanzler (Arifin dan Setyaningrum 2022), produk lanting khas kebumen (Trifiyanto, 2018) dan produk olahan tuna (Hadi dan Al-Farisi, 2016). Namun, pada penelitian tersebut masih belum spesifik terhadap segmen konsumen tertentu. Disamping itu penelitian Akim (2019) diperoleh bahwa terdapat pengaruh antara pemahaman dan sosialisasi sertifikasi halal. Sementara Sadeeqa (2013) menjelaskan bahwa terdapat pengaruh antara pengetahuan dan sikap serta pengetahuan dan persepsi. Oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat kesadaran pelaku UMK dan masyarakat menengah kebawah yang mayoritas merupakan konsumen dari pelaku UMK.

Kabupaten Sukabumi merupakan salah satu daerah di Provinsi Jawa Barat yang memiliki jumlah Usaha Mikro Kecil (UMK)

yang cukup besar, terutama di sektor industri makanan dan minuman. Data Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Sukabumi menunjukkan bahwa terdapat lebih dari 20.000 pelaku UMK di berbagai sektor, dengan sektor industri makanan dan minuman menempati posisi teratas. Meskipun ada banyak UMK di Kabupaten Sukabumi, hanya sekitar 30% dari seluruh UMK di bidang makanan dan minuman yang memiliki sertifikat halal, menurut data Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) Kabupaten Sukabumi. Ini menunjukkan tingkat kesadaran dan pemahaman yang rendah tentang pentingnya sertifikasi halal.

Kondisi ini menjadi perhatian bagi pemerintah daerah, mengingat sertifikasi halal merupakan kewajiban bagi seluruh produk makanan dan minuman yang beredar di Indonesia, sesuai dengan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. Oleh karena itu, pemilihan Kabupaten Sukabumi sebagai lokasi penelitian dinilai sangat relevan untuk menganalisis pemahaman konsumen tentang sertifikasi halal, mengetahui pemahaman pelaku UMK tentang kewajiban sertifikasi halal dan menentukan rekomendasi tindakan perbaikan untuk meningkatkan sosialisasi sertifikasi halal.

dipilih karena tujuan penelitian adalah untuk memahami pemahaman masyarakat, khususnya golongan menengah ke bawah, mengenai kewajiban sertifikasi halal pada produk makanan dan minuman skala UMK. Kerangka pemikiran penelitian dapat dilihat pada Gambar 1.

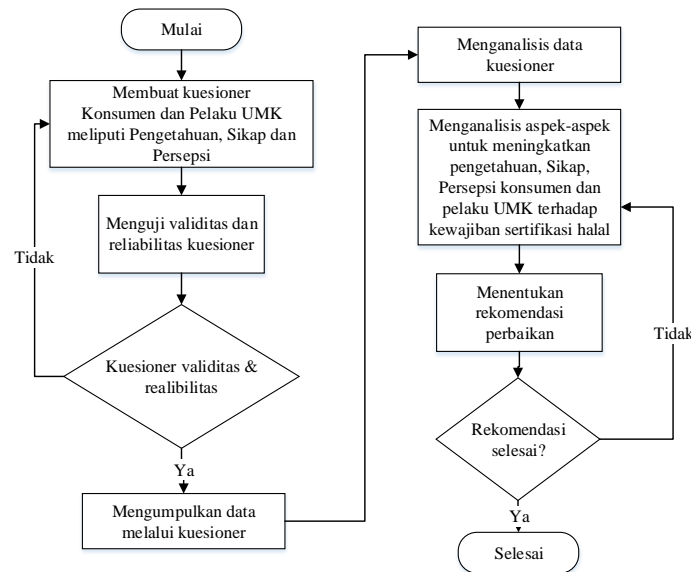
MATERI DAN METODE

A. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan pada bulan April sampai dengan Juni 2024 di Kabupaten Sukabumi

B. Kerangka Pemikiran Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Pendekatan kualitatif



Gambar 1. Diagram Alir Penelitian

C. Teknik Pengumpulan data

Pada penelitian ini menggunakan metode kombinasi antara *probability sampling* dan *non probability sampling*. Pengambilan sampel survei dilakukan secara *probability sampling* dengan cara *cluster random sampling* (Anas *et al.*, 2023), yaitu pengambilan sampel berdasarkan populasi yang dibagi menjadi wilayah atau kluster. Karena Kabupaten Sukabumi sangat luas wilayahnya yang terdiri dari 21 Kecamatan. 21 Kecamatan tersebut dipilih kembali menjadi 7 Kecamatan secara acak menggunakan aplikasi R Studio. Kemudian, untuk metode *non probability sampling* digunakan untuk menentukan kriteria responden dengan menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu perolehan sampel berdasarkan ciri atau kriteria tertentu yang sejalan dengan tujuan penelitian.

Data dalam penelitian ini diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada masyarakat sebagai konsumen serta pelaku usaha UMK makanan dan minuman. Kuesioner ini digunakan untuk mengumpulkan informasi mengenai pemahaman konsumen dan pelaku UMK tentang perspektif mereka terkait kewajiban sertifikasi halal untuk produk makanan dan minuman pada skala UMK.

1. Sampel Penelitian

Jumlah sampel penelitian ditentukan menggunakan rumus Slovin yaitu sebagai berikut:

$$n = N/1 + Ne^2 \quad (1)$$

Keterangan:

n : jumlah sampel

N : jumlah populasi

e : tingkat kesalahan (error) yang ditoleransi

Berdasarkan data UMKM di Kabupaten Sukabumi, diketahui bahwa pada tahun 2023 terdapat 409.507 UMK makanan dan minuman di Kabupaten Sukabumi. Dengan tingkat kesalahan sebesar 10%, jumlah sampel yang dapat digunakan adalah sebagai berikut:

$$n = N/1 + Ne^2$$

$$n = 409.507/1 + 409.507 (0,1)^2$$

$$n = 409.507/4.096,09$$

$$n = 99,97 \approx 100 \text{ Responden}$$

100 responden dibagi 7 Kecamatan menjadi 14 responden/Kecamatan

2. Penyusunan kuesioner

Pada penyusunan kuesioner penelitian ini responden memiliki kriteria: (1) berusia 18 tahun keatas, (2) masyarakat yang berpenghasilan rata-rata sebesar Rp. 2,86 juta/bulan merupakan konsumen/pembeli dari produk-produk UMK, (3) pelaku usaha UMK. Kuesioner yang diberikan terdiri dari daftar pertanyaan tertutup yang

berupa jawaban “Ya” atau “Tidak” untuk menganalisis pengetahuan konsumen dan pelaku UMK terhadap kewajiban sertifikasi halal pada produk makanan dan minuman. Jawaban “Ya” diberi skor 1 sementara jawaban “Tidak” diberikan skor 0. Analisis terhadap sikap dan persepsi konsumen dan pelaku UMK terhadap kewajiban sertifikasi halal pada produk makanan dan minuman dilakukan dengan pertanyaan dengan pilihan jawaban menggunakan *skala*

likert seperti yang ditunjukkan pada Tabel 1 (Sadeeqa *et al.* 2013).

Tabel 1. Nilai *Skala Likert*

Nilai	Keterangan
5	Sangat setuju
4	Setuju
3	Netral
2	Tidak setuju
1	Sangat tidak setuju

D. Analisis Data

1. Uji Validitas dan Realibilitas

Metode yang digunakan untuk menguji validitas item dalam penelitian ini adalah korelasi Pearson. Uji validitas bertujuan untuk memastikan bahwa alat ukur benar-benar mengukur aspek yang dimaksud. Validitas diuji dengan membandingkan nilai korelasi hitung (r hitung) dengan nilai korelasi kritis (r tabel) pada tingkat signifikansi 0,05. Jika r hitung lebih besar dari r tabel, maka item dianggap valid.

Uji reliabilitas, digunakan untuk mengukur konsistensi jawaban responden terhadap pernyataan dalam angket penelitian. Instrumen dianggap reliabel jika nilai Cronbach Alpha yang diperoleh dari uji reliabilitas $\geq 0,6$. Sebaliknya, instrumen dianggap kurang reliabel jika nilai Cronbach Alpha $< 0,6$ (Yusup 2018).

2. Analisis pemahaman konsumen dan pelaku UMK

Metode yang digunakan untuk menganalisis data dalam penelitian ini mencakup analisis deskriptif dan sekunder. Analisis deskriptif ini

digunakan untuk menggambarkan karakteristik responden dan mengukur tingkat pemahaman konsumen dan pelaku UMK mengenai kewajiban sertifikasi halal di Kabupaten Sukabumi. Data Sekunder disini mengambil data yang berasal dari berbagai sumber yaitu berita, jurnal/artikel, data pemerintah dan sumber lainnya.

3. Analisis aspek-aspek untuk meningkatkan pemahaman

Metode yang digunakan untuk menganalisis aspek-aspek untuk meningkatkan pemahaman terhadap kewajiban sertifikasi halal yaitu menggunakan diagram *fishbone* dan 5W1H. Diagram *fishbone* adalah berbagai alat yang dapat membantu mengidentifikasi kemungkinan penyebab suatu masalah. Selanjutnya metode 5W 1H digunakan untuk memastikan bahwa pendekatan masalah dan solusinya akan lebih terarah dan mendapatkan hasil yang maksimal. Analisis 5W+1H digunakan untuk memberikan rekomendasi perbaikan sebagai solusi terkait pemahaman kewajiban sertifikasi halal.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Karakteristik Responden

Data dalam penelitian dikumpulkan melalui distribusi kuesioner kepada masyarakat Kabupaten Sukabumi yang merupakan pelaku UMK makanan dan minuman sekaligus Konsumen. Penentuan lokasi responden menggunakan aplikasi R Studio yang dimana dari 21 Kecamatan di Kabupaten Sukabumi dipilih secara acak sehingga mendapatkan hasil 7 Kecamatan terpilih yaitu, Kecamatan Kalapanunggal, Kecamatan Parakansalak, Kecamatan Cidahu, Kecamatan Cicurug, Kecamatan Cibadak, Kecamatan Cisaat dan Kecamatan Sukaraja. Penempatan lokasi saat penyebaran kuesioner yaitu, di depan sekolah, pasar, depan rumah sakit dan pinggir jalan. Total responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 orang dengan beragam karakteristik. Oleh karena itu, responden tersebut perlu dikelompokkan berdasarkan karakteristik tertentu.

1. Usia

Data karakteristik usia responden dalam penelitian ini secara lengkap disajikan dalam Tabel 2 berikut ini:

Tabel 2. Karakteristik Responden berdasarkan Usia

Usia (tahun)	Jumlah (orang)	Persentase (%)
18-25	28	28
26-35	57	57
>35	15	15
Total	100	100

Karakteristik usia responden dalam penelitian ini berkisar antara 18 hingga 50 tahun. Sebagian besar responden, yaitu 57% dari keseluruhan jumlah responden, berada dalam rentang usia 26-35 tahun.

2. Jenis Kelamin

Data karakteristik jenis kelamin responden dalam penelitian ini secara lengkap disajikan dalam Tabel 3 berikut ini.

Tabel 3. Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah (orang)	Persentase (%)
Laki-laki	47	47
Perempuan	53	53
Total	100	100

Hasil pengolahan data dalam penelitian ini mengungkapkan bahwa mayoritas responden adalah perempuan yang tinggal di wilayah Kabupaten Sukabumi, sebanyak 53% dari total responden.

3. Jenis Produk Jualan

Data karakteristik jenis produk jualan responden dalam penelitian ini secara lengkap disajikan dalam Tabel 4 berikut ini.

Tabel 4. Karakteristik jenis produk UMK

Jenis Produk Jualan	Jumlah (produk)	Persentase (%)
Produk makanan	74	74
Produk minuman	26	26
Total	100	100

Hasil pengolahan data dalam penelitian ini mengungkapkan mayoritas responden adalah pelaku usaha UMK dibidang makanan yaitu 74% dari total responden. Produk makanan disini meliputi, Kue basah, gorengan, keripik (singkong, talas dan umbi-umbian lain), roti goreng, cireng isi (ayam suir, usus, jeroan), martabak mini dan donat. Produk minuman meliputi, es teh manis, es kelapa muda, es cendol, jus buah dan smoothie buah.

B. Pengetahuan, Sikap dan Persepsi Konsumen terhadap Sertifikasi Halal

1. Hasil uji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian

Uji validitas menunjukkan bahwa setiap indikator pada masing-masing variabel memiliki nilai r hitung yang lebih tinggi dari r tabel, yang mengindikasikan validitas dalam sampel. Uji reliabilitas menunjukkan bahwa semua nilai *cronbach's alpha* > 0,6, yang mengindikasikan keandalan dan validitas dalam penelitian.

2. Pengetahuan konsumen terhadap sertifikasi halal

Data frekuensi pengetahuan konsumen terhadap sertifikasi halal dapat dilihat dalam Tabel 5.

Tabel 5. Pengetahuan Konsumen terhadap Sertifikasi Halal

No	Indikator	Responden	
		Ya N (%)	Tidak N (%)
1	Apakah anda peduli terhadap kata "halal"?	88	12
2	Apakah anda tahu bahwa produk makanan dan minuman harus memiliki sertifikat halal?	93	7
3	Apakah anda tahu bahwa seorang muslim harus mengkonsumsi makanan dan minuman halal?	94	6
4	Apakah anda tahu bahwa makanan dan minuman dapat dibuat dari bahan yang mengandung babi dan alkohol?	91	9
5	Apakah anda tahu bahwa minuman yang mengandung alkohol dengan kadar berapapun termasuk minuman haram?	92	8
6	Apakah anda tahu bahwa fatwa terkait makanan dan minuman yang halal ditetapkan oleh MUI?	95	5
7	Apakah anda tahu bahwa ciu dan arak mengandung alkohol?	94	6

Berdasarkan hasil kuesioner di dalam Tabel 5, sebanyak 88% responden peduli terhadap kata "halal". hal ini menunjukkan bahwa kesadaran konsumen akan pentingnya konsumsi produk halal sudah cukup tinggi. Dalam penelitian Sari (2022) yang mengungkapkan bahwa kepedulian terhadap label "halal" merupakan faktor penting yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Sebanyak 93% responden mengetahui bahwa produk makanan dan minuman harus memiliki sertifikat halal, dan 94% responden tahu bahwa seorang muslim wajib mengkonsumsi makanan dan minuman halal. Temuan ini didukung oleh penelitian Firmansyah (2021) yang menyatakan bahwa masyarakat Kabupaten Sukabumi memiliki pemahaman yang baik mengenai kewajiban mengkonsumsi produk halal bagi umat Muslim.

Terkait bahan-bahan yang dilarang dalam produk halal, 91% responden mengetahui bahwa makanan dan minuman dapat dibuat dari bahan yang mengandung babi dan alkohol, serta 92% responden tahu bahwa minuman yang mengandung alkohol dengan kadar berapa pun termasuk minuman haram. Hasil ini sama dengan penelitian Widiastuti (2022)

yang menyatakan bahwa masyarakat Kabupaten Sukabumi mempunyai pengetahuan yang cukup komprehensif mengenai isu-isu kehalalan produk.

Dalam hal lembaga yang berwenang mengeluarkan fatwa kehalalan, 95% responden mengetahui bahwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) adalah pihak yang menetapkan fatwa terkait makanan dan minuman halal. Temuan ini sejalan dengan penelitian Nugraha (2023) yang mengungkapkan bahwa masyarakat Kabupaten Sukabumi memahami peran MUI dalam sertifikasi halal.

Meskipun demikian, terdapat sejumlah kecil responden yang belum memiliki pengetahuan yang memadai. Sebanyak 12% responden tidak terlalu peduli terhadap kata "halal", 7% tidak mengetahui bahwa produk makanan dan minuman harus memiliki sertifikat halal, dan 6% tidak mengetahui bahwa seorang muslim harus mengonsumsi makanan dan minuman halal. Hal ini dapat disebabkan karena kurangnya pengetahuan dan pemahaman tentang konsumsi halal, kurang informasi yang diterima terkait aturan dan fatwa MUI mengenai kehalalan produk dan perbedaan latar belakang serta pengalaman responden. Dengan ini maka di perlukan upaya seperti sosialisasi, edukasi dan kampanye mengenai pentingnya mengonsumsi makanan dan minuman yang halal dan terjamin kehalalannya (Widyastuti dan Irwanto 2023).

3. Sikap konsumen terhadap sertifikasi halal

Data frekuensi sikap konsumen terhadap sertifikasi halal dapat dilihat dalam Tabel 6.

Tabel 6. Sikap Konsumen terhadap Sertifikasi Halal

No	Indikator	Responden				
		SS N (%)	S N (%)	N N (%)	TS N (%)	STS N (%)
1	Saya mendukung kewajiban sertifikasi halal pada produk makanan dan minuman	33	54	3	-	-
2	Sertifikasi halal pada produk makanan dan minuman memberikan kepastian dan ketenangan kepada saya	35	65	-	-	-
3	Saya merasa nyaman jika penjual mengganti bahan baku apabila terindikasi tidak halal	29	68	3	-	-
4	Saya membeli produk yang terjamin halal tanpa mempertimbangkan harganya	27	73	-	-	-
5	Saya lebih cenderung membeli produk makanan dan minuman yang memiliki sertifikasi halal dibandingkan dengan yang tidak memiliki	19	75	6	-	-
6	Saya bertanya kepada penjual terkait komposisi bahan sebelum membeli	14	59	27	-	-
7	Saya mencari informasi terkait sumber bahan baku dari produk makanan dan	25	61	14	-	-

No	Indikator	Responden				
		SS N (%)	S N (%)	N N (%)	TS N (%)	STS N (%)
8	minuman yang saya beli Saya memperhatikan logo halal diproduk makanan dan minuman yang saya beli	39	50	11	-	-

Berdasarkan data yang disajikan pada Tabel 6, dapat dilihat bahwa mayoritas responden memiliki sikap yang positif terhadap kewajiban sertifikasi halal pada produk makanan dan minuman di Kabupaten Sukabumi. Pertanyaan pertama Sebanyak 87% responden (33% sangat setuju dan 54% setuju) mendukung kewajiban sertifikasi halal tersebut. Adapun pada penelitian Anwar (2021) yang mengatakan bahwa kesadaran dan dukungan masyarakat terhadap sertifikasi halal semakin meningkat. Hal ini dapat disimpulkan bahwa responden memiliki sikap yang sangat positif terhadap sertifikasi halal pada produk makanan dan minuman.

Pertanyaan kedua, sebanyak 100% responden (35% sangat setuju dan 65% setuju) menyatakan bahwa sertifikasi halal memberikan kepastian dan ketenangan bagi mereka. Sesuai dengan penelitian Salehudin dan Luthfi (2022) bahwa sertifikasi halal dapat meningkatkan kepuasan dan kepercayaan konsumen. Hal ini dapat disimpulkan bahwa responden memiliki keyakinan dan kepercayaan yang tinggi terhadap sertifikasi halal pada produk makanan dan minuman.

Pertanyaan ketiga, sebanyak 97% responden (29% sangat setuju dan 68% setuju) juga merasa nyaman jika penjual mengganti bahan baku apabila terindikasi tidak halal. seperti pada penelitian Hasan (2023) bahwa konsumen semakin peduli dengan kehalalan produk yang dikonsumsi. Hal ini dapat disimpulkan bahwa responden memiliki kepedulian yang tinggi terhadap kehalalan produk makanan dan minuman yang dikonsumsi.

Pertanyaan keempat, sebanyak 100% responden (27% sangat setuju dan 73% setuju) menyatakan bahwa mereka akan membeli produk yang terjamin halal tanpa mempertimbangkan harganya. Hal ini dapat dinyatakan bahwa konsumen semakin memprioritaskan kehalalan produk daripada harga (Nurrachmi 2022), dan dapat disimpulkan bahwa responden lebih mementingkan kehalalan produk daripada harga dalam keputusan pembelian.

Pertanyaan kelima, sebanyak 94% responden (19% sangat setuju dan 75% setuju) lebih cenderung membeli produk makanan dan minuman yang memiliki sertifikasi halal. Hal ini mengindikasikan bahwa label halal menjadi pertimbangan utama konsumen dalam memilih produk (Awan *et al.* 2022). Sehingga dapat disimpulkan bahwa responden memiliki preferensi yang tinggi terhadap produk makanan dan minuman yang memiliki sertifikasi halal.

Pertanyaan keenam, sebanyak 73% responden (14% sangat setuju dan 59% setuju) bertanya kepada penjual terkait komposisi bahan sebelum membeli. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen semakin kritis dalam mencari informasi tentang kehalalan produk (Adinugraha dan Sartika 2023), dan dapat disimpulkan bahwa responden memiliki kepedulian yang tinggi untuk memastikan kehalalan produk yang akan dibeli.

Pertanyaan ketujuh, sebanyak 86% responden (25% sangat setuju dan 61% setuju) mencari informasi terkait sumber bahan baku dari produk makanan dan minuman yang dibeli. Hal ini menunjukkan bahwa responden lebih kritis dalam mencari informasi untuk memastikan kehalalan produk yang akan mereka konsumsi. Seperti pada penelitian Huda

(2022) yang menyatakan bahwa konsumen semakin sadar akan pentingnya transparansi informasi terkait kehalalan produk.

Pertanyaan terakhir, sebanyak 89% responden (39% sangat setuju dan 50% setuju) memperhatikan logo halal pada produk makanan dan minuman yang mereka beli. Seperti pada penelitian Awan (2022) yang menyatakan bahwa label halal menjadi pertimbangan utama konsumen dalam memilih produk. Sehingga dapat disimpulkan bahwa responden memiliki perhatian yang tinggi terhadap logo halal pada produk makanan dan minuman.

Secara keseluruhan, data di atas menunjukkan bahwa responden memiliki sikap yang positif dan peduli terhadap sertifikasi halal pada produk makanan dan minuman. Mereka tidak hanya mendukung kebijakan tersebut, tetapi juga menunjukkan perilaku yang selaras, seperti memilih produk halal, mencari informasi kehalalan dan memperhatikan logo halal pada produk.

4. Persepsi konsumen terhadap sertifikasi halal

Data frekuensi persepsi konsumen terhadap sertifikasi halal dapat dilihat dalam Tabel 7.

Tabel 7. Persepsi Konsumen terhadap Sertifikasi Halal

No	Indikator	Responden				
		SS N (%)	S N (%)	N N (%)	TS N (%)	STS N (%)
1	Kewajiban sertifikasi halal pada produk makanan dan minuman penting untuk menjaga kehalalan produk yang dikonsumsi oleh masyarakat	62	38	-	-	-
2	Penjual makanan dan minuman sebaiknya memberi label bahwa makanan dan minuman itu halal atau tidak halal	50	49	1	-	-
3	Makanan dan minuman yang dijual oleh orang muslim pasti halal	65	45	-	-	-
4	Sertifikasi halal pada produk makanan dan minuman membantu melindungi hak konsumen Muslim dalam memilih dan mengonsumsi makanan yang sesuai dengan keyakinan agama mereka	53	47	-	-	-
5	Penjual harus memberikan informasi kepada konsumen terkait bahan baku makanan dan minuman	41	41	18	-	-
6	Masyarakat harus diedukasi terkait kehalalan makanan dan minuman	76	23	1	-	-

Berdasarkan data pada Tabel 7 di atas, dapat dilihat bahwa konsumen memiliki persepsi yang sangat positif terhadap kewajiban sertifikasi halal pada produk makanan dan minuman. Pada pertanyaan pertama, sebanyak 100% responden (62% sangat setuju dan 38% setuju) menunjukkan bahwa konsumen memahami pentingnya sertifikasi halal untuk menjaga kehalalan produk yang dikonsumsi oleh masyarakat. Menurut Anggia (2021) bahwa sertifikasi halal dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap kehalalan produk dan memastikan produk sesuai dengan keyakinan agama mereka.

Pertanyaan kedua, sebanyak 99% responden (50% sangat setuju dan 49% setuju) berpendapat bahwa penjual makanan dan minuman sebaiknya memberi label halal atau tidak halal pada produk yang mereka jual. Menurut Hasan (2022) pemberian label halal

pada produk makanan dan minuman dapat memudahkan konsumen Muslim dalam memilih produk yang sesuai dengan keyakinan mereka.

Pertanyaan ketiga, sebanyak 100% responden (65% sangat setuju dan 45% setuju) menyakini bahwa makanan dan minuman yang dijual oleh Orang Muslim pasti halal. Hal ini menunjukkan bahwa tidak semua produk yang dijual oleh orang Muslim dapat dipastikan halal, sehingga sertifikasi halal tetap diperlukan (Soesilowati 2020).

Konsumen juga memandang bahwa sertifikasi halal memiliki peran penting dalam melindungi hak konsumen Muslim dalam memilih dan mengonsumsi makanan yang sesuai dengan keyakinan agama mereka. Pertanyaan keempat, sebanyak 100% responden (53% sangat setuju dan 47% setuju) menyatakan bahwa konsumen memahami manfaat sertifikasi halal dalam melindungi hak konsumen Muslim. Dalam penelitian Fahmi (2023) menjelaskan bahwa sertifikasi halal dapat membantu konsumen Muslim memperoleh kepastian terkait kehalalan produk yang mereka konsumsi.

Pertanyaan kelima, sebanyak 82% responden (41% sangat setuju dan 41% setuju) menunjukkan bahwa konsumen menginginkan transparansi informasi terkait bahan baku produk. Pemberian informasi yang lengkap dan jelas terkait bahan baku produk dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap kehalalan produk (Rahayu *et al.* 2022).

Pertanyaan terakhir, sebanyak 99% responden (76% sangat setuju dan 23% setuju) menyatakan bahwa konsumen memahami pentingnya edukasi terkait kehalalan makanan dan minuman. Edukasi masyarakat tentang sertifikasi halal dapat meningkatkan kesadaran dan pemahaman konsumen terhadap kehalalan produk (Putri *et al.* 2023).

Secara keseluruhan, data responden menunjukkan persepsi positif konsumen Kabupaten Sukabumi terhadap sertifikasi halal pada produk makanan dan minuman. Konsumen memahami pentingnya sertifikasi halal, transparansi informasi terkait kehalalan produk, serta edukasi yang diperlukan.

C. Pengetahuan, Sikap dan Persepsi Pelaku usaha UMK terhadap Kewajiban Sertifikasi Halal

1. Hasil uji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian

Uji validitas menunjukkan bahwa setiap indikator pernyataan dari setiap variabel memiliki nilai *r* hitung yang lebih tinggi daripada *r* tabel, yang mengindikasikan validitas dalam sampel. Uji reliabilitas menunjukkan bahwa semua nilai *cronbach's alpha* > 0,6, yang mengindikasikan bahwa semua instrument dari setiap variabel dianggap sebagai reliabel dan dapat digunakan dalam penelitian.

2. Pemahaman/pengetahuan pelaku usaha UMK terhadap kewajiban sertifikasi halal

Data frekuensi pengetahuan pelaku usaha UMK terhadap kewajiban sertifikasi halal dapat dilihat dalam Tabel 8.

Tabel 2. Pengetahuan Pelaku Usaha UMK terhadap Kewajiban Sertifikasi Halal

No	Indikator	Responden	
		Ya N (%)	Tidak N (%)
1	Apakah anda tahu yang dimaksud dengan makanan dan minuman halal?	99	1
2	Apakah anda tahu terkait kewajiban sertifikasi halal pada makanan dan minuman?	98	2
3	Apakah anda tahu terkait penggunaan logo halal?	99	1
4	Apakah anda tahu cara agar makanan dan minuman tetap halal?	98	2
5	Apakah anda tahu contoh makanan halal?	99	1
6	Apakah anda tahu contoh minuman halal?	99	1

7	Apakah anda tahu Sertifikasi Halal Produk Makanan diurus oleh BPJPH dan MUI	99	1
8	Apakah anda tahu bahwa saat ini kemenag sedang membuka program sehat (sertifikasi halal gratis) sampai 17 Oktober 2024?	75	25

Berdasarkan data di Tabel 8, dapat dilihat bahwa mayoritas pelaku usaha UMK di Kabupaten Sukabumi memiliki pengetahuan yang baik terkait kewajiban sertifikasi halal pada makanan dan minuman. Hal ini ditunjukkan dengan persentase responden yang menjawab "ya" pada sebagian besar indikator, yaitu berkisar antara 98-99%, kecuali untuk indikator terkait program sertifikasi halal gratis (sehati) yang diselenggarakan oleh Kementerian Agama, di mana hanya 75% responden yang mengetahuinya. Adapun pada Tabel 5 konsumen masih ada beberapa yang masih tidak mengetahui bahwa seorang muslim harus mengonsumsi makanan minuman halal, sedangkan pada Tabel 8 hampir keseluruhan masyarakat mengetahui contoh makanan minuman halal. Dapat disimpulkan bahwa konsumen mengetahui harus mengonsumsi makanan minuman halal tetapi dari beberapa mereka masih ada yang tidak terlalu peduli harus makan dan minum halal karena mereka berpersepsi bahwa makanan dan minuman yang dijual oleh masyarakat Kabupaten Sukabumi sudah pasti halal.

Dalam penelitian Nuraini (2021), sebagian besar pelaku usaha makanan dan minuman UMK memahami konsep halal dan kewajiban sertifikasi halal, namun masih terdapat kesenjangan pengetahuan terkait proses dan prosedur sertifikasi halal itu sendiri. Selain itu, penelitian Susanto (2022) menemukan bahwa kurangnya sosialisasi dan edukasi tentang sertifikasi halal menjadi salah satu faktor penghambat bagi pelaku usaha UMK dalam mengurus sertifikasi halal.

Terkait program sehat (sertifikasi halal gratis) yang sedang dibuka oleh Kementerian Agama, Nugroho (2023) menyebutkan bahwa program ini bertujuan untuk meningkatkan jumlah produk UMK yang tersertifikasi halal, terutama bagi pelaku usaha yang memiliki kendala biaya. Namun, penelitian tersebut juga mengungkapkan masih adanya kendala terkait pemahaman dan kesadaran pelaku usaha UMK tentang pentingnya sertifikasi halal.

3. Sikap pelaku usaha UMK terhadap kewajiban sertifikasi halal

Data frekuensi sikap pelaku usaha UMK terhadap kewajiban sertifikasi halal dapat dilihat dalam Tabel 9.

Tabel 3. Sikap Pelaku Usaha UMK terhadap Kewajiban Sertifikasi Halal

No	Indikator	Responden				
		SS N (%)	S N (%)	N N (%)	TS N (%)	STS N (%)
1	Saya berkeinginan untuk mengurus sertifikasi halal pada produk saya	8	92	-	-	-
2	Saya pro-aktif mendukung pemerintah dalam pemberlakuan sertifikasi halal	21	79	-	-	-
3	Saya memilih bahan yang halal baik bahan baku maupun bahan tambahan untuk produk saya	27	73	-	-	-
4	Saya selalu mengikuti pemberitaan tentang sertifikasi halal	2	72	26	-	-
5	Saya berpartisipasi mengajak pelaku usaha untuk mengurus sertifikasi halal	13	75	12	-	-
6	Saya menjaga kehalalan produk sesuai dengan peraturan perundang-undangan	28	72	-	-	-
7	Saya memberikan informasi secara benar,	26	74	-	-	-

Berdasarkan data yang disajikan dalam Tabel 9, dapat dilihat bahwa secara umum pelaku usaha UMK menunjukkan sikap yang positif dan mendukung terhadap kewajiban sertifikasi halal. Pertanyaan pertama, sebanyak 92% responden menyatakan setuju (S) untuk mengurus sertifikasi halal pada produk mereka, sementara 8% lainnya menyatakan sangat setuju (SS). Sebagian besar pelaku usaha UMK memiliki kesadaran dan kemauan untuk memperoleh sertifikasi halal, meskipun masih terdapat tantangan terkait biaya dan pemahaman prosedurnya (Hidayat *et al.* 2022).

Pertanyaan kedua, sebanyak 79% responden menyatakan setuju (S) dan 21% menyatakan sangat setuju (SS) untuk pro-aktif mendukung pemerintah dalam pemberlakuan sertifikasi halal. Hal ini ditemukan dalam penelitian Munawaroh (2021) bahwa keterlibatan dan dukungan pelaku usaha UMK sangat penting dalam mendorong implementasi kebijakan sertifikasi halal.

Pertanyaan ketiga terkait pemilihan bahan baku dan bahan tambahan, sebanyak 73% responden menyatakan setuju (S) dan 27% menyatakan sangat setuju (SS) untuk memilih bahan yang halal. Pada penelitian Sumarwan dan Kirbrandoko (2022) yang menekankan pentingnya pemahaman pelaku usaha UMK tentang kriteria bahan baku dan bahan tambahan halal untuk menjaga kehalalan produk.

Pertanyaan keempat, 72% responden menyatakan setuju (S) untuk selalu mengikuti pemberitaan tentang sertifikasi halal, sementara 26% menyatakan netral (N). Hal ini mengidentifikasi bahwa akses informasi dan edukasi tentang sertifikasi halal masih menjadi tantangan bagi sebagian pelaku usaha UMK (Nurjanah dan Ningrum 2023).

Pertanyaan kelima dalam hal partisipasi dan sosialisasi, sebanyak 75% responden menyatakan setuju (S) dan 13% menyatakan sangat setuju (SS) untuk mengajak pelaku usaha lain untuk mengurus sertifikasi halal. Hal ini menekankan pentingnya peran asosiasi dan komunitas dalam memfasilitasi pelaku usaha UMK untuk mengurus sertifikasi halal (Riyanto *et al.* 2022).

Pertanyaan keenam sebanyak 72% setuju dan 28% sangat setuju dalam menjaga kehalalan produk yang sesuai peraturan perundnag-undangan. Kesadaran pelaku usaha UMK tentang kewajiban menjaga kehalalan produk telah meningkat, meskipun masih terdapat tantangan dalam implementasinya (Suharni *et al.* 2021).

Pertanyaan terakhir, sebanyak 74% setuju dan 26% sangat setuju dalam pemberian informasi produk yang benar, jelas dan jujur terhadap produknya. Seperti yang disampaikan oleh Izzati (2022) yang menekankan pentingnya transparansi informasi produk sebagai bentuk tanggung jawab pelaku usaha UMK terhadap konsumen.

Secara keseluruhan, hasil data diatas menunjukkan bahwa sikap pelaku usaha UMK di Kabupaten Sukabumi terkait kewajiban sertifikasi halal cenderung positif. Namun, masih terdapat beberapa aspek yang perlu ditingkatkan, seperti pemahaman prosedur sertifikasi, akses informasi, dan implementasi kehalalan produk secara konsisten. Upaya-upaya yang dapat dilakukan antara lain melalui intensifikasi sosialisasi dan edukasi, pendampingan, serta fasilitasi sertifikasi halal yang lebih intensif bagi pelaku usaha UMK.

4. Persepsi pelaku usaha UMK terhadap kewajiban sertifikasi halal

Data frekuensi persepsi pelaku usaha UMK terhadap kewajiban sertifikasi halal dapat dilihat dalam Tabel 10.

Tabel 4. Persepsi Pelaku Usaha UMK terhadap Kewajiban Sertifikasi Halal

No	Indikator	Responden				
		SS N (%)	S N (%)	N N (%)	TS N (%)	STS N (%)
1	Pelaku usaha harus mendapatkan	16	84	-	-	-

	sosialisasi sertifikasi halal					
2	Sertifikasi halal dapat mempengaruhi minat pembeli terhadap produk makanan dan minuman	16	84	-	-	-
3	Sertifikasi halal penting dimiliki oleh pelaku usaha	51	49	-	-	-
4	Bahan baku yang diproduksi oleh pelaku usaha muslim pasti halal	42	58	-	-	-
5	Label halal penting untuk ditempelkan pada kemasan dan tempat berjualan	29	71	-	-	-

Berdasarkan data yang disajikan pada Tabel 10, dapat dilihat bahwa persepsi pelaku usaha UMK terhadap kewajiban sertifikasi halal cenderung positif dan mendukung. Pertanyaan pertama, sebanyak 16% responden menyatakan sangat setuju (SS) dan 84% setuju (S) bahwa pelaku usaha harus mendapatkan sosialisasi terkait sertifikasi halal. Sosialisasi sertifikasi halal sangat penting bagi pelaku usaha, terutama UMK, agar mereka memahami manfaat dan proses sertifikasi halal (Khotimah *et al.* 2022).

Pertanyaan kedua, sebanyak 16% responden juga menyatakan sangat setuju (SS) dan 84% setuju (S) bahwa sertifikasi halal dapat mempengaruhi minat pembeli terhadap produk makanan dan minuman. Persepsi ini sejalan dengan kenyataan bahwa sertifikasi halal telah menjadi salah satu pertimbangan penting bagi konsumen dalam memilih produk. Sertifikasi halal meningkatkan kepercayaan dan preferensi konsumen terhadap produk halal, terutama di kalangan masyarakat Muslim (Nurul dan Arifin 2023).

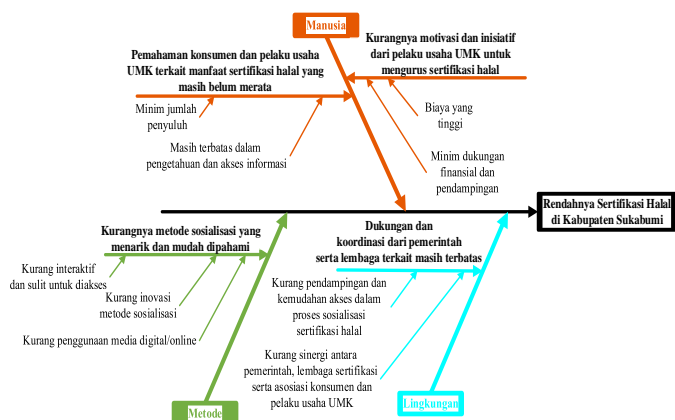
Pertanyaan kelima terkait pentingnya sertifikasi halal bagi pelaku usaha, sebanyak 51% responden menyatakan sangat setuju (SS) dan 49% menyatakan setuju (S) bahwa sertifikasi halal penting dimiliki oleh pelaku usaha. Dalam penelitian Rahmawati (2022) menegaskan bahwa sertifikasi halal menjadi kebutuhan penting bagi pelaku usaha, terutama UMK, untuk meningkatkan daya saing, kepercayaan konsumen dan kepatuhan terhadap regulasi.

Pertanyaan keempat dalam hal bahan baku, sebanyak 42% responden menyatakan sangat setuju (SS) dan 58% menyatakan setuju (S) bahwa bahan baku yang diproduksi oleh pelaku usaha muslim pasti halal. meskipun pelaku usaha muslim, mereka perlu memastikan kehalalannya melalui sertifikasi halal, karena ada potensi tercampurnya bahan non-halal dalam proses produksi (Heryanto *et al.* 2023). Pelaku usaha UMK di Kabupaten Sukabumi memiliki keyakinan bahwa bahan baku yang mereka produksi pasti halal, namun perlu adanya sertifikasi halal untuk memastikan kehalalannya.

Pertanyaan terakhir, sebanyak 29% responden menyatakan sangat setuju (SS) dan 71% menyatakan setuju (S) bahwa label halal penting untuk ditempelkan pada kemasan dan tempat berjualan. Seperti pada penelitian Anam dan Siyami (2023) menegaskan bahwa label halal pada kemasan dan tempat berjualan meningkatkan daya Tarik dan kepercayaan konsumen terhadap produk halal. pelaku usaha UMK di kabupaten Sukabumi menyadari pentingnya label halal pada kemasan dan tempat berjualan untuk meningkatkan daya saing dan kepercayaan konsumen terhadap produk mereka.

D. Rekomendasi Tindakan Perbaikan untuk Meningkatkan Sosialisasi Sertifikasi Halal

1. Analisis perbaikan menggunakan diagram *fishbone* untuk mengidentifikasi akar masalah
Meningkatkan sosialisasi sertifikasi halal di Kabupaten Sukabumi, dapat dilakukan analisis perbaikan menggunakan diagram *fishbone* untuk mengidentifikasi akar masalah dapat dilihat di Gambar 2. Berikut adalah analisis yang dapat dilakukan:



Gambar 2. Diagram sebab akibat perlintunya peningkatan sosialisasi sertifikasi halal

Berdasarkan Gambar 2 menunjukkan faktor penyebab perlintunya peningkatan sosialisasi sertifikasi halal yang disebabkan oleh beberapa faktor:

a. Manusia

Faktor yang mempengaruhi manusia yaitu, pemahaman konsumen dan pelaku usaha UMK tentang manfaat sertifikasi halal yang belum merata. Sebanyak 28% pelaku usaha UMK belum memahami pentingnya sertifikasi halal untuk meningkatkan kepercayaan konsumen dan memperluas peluang pasar. Kurangnya pemahaman dan kesadaran pelaku usaha UMK (Kemenkop UKM RI 2022) melakukan studi pengembangan kapasitas UMK dalam mengakses sertifikasi halal sehingga mengungkapkan masih terbatas dalam pengetahuan, terbatasnya akses informasi, Lembaga sertifikasi, pelaku usaha dan masyarakat (Sari dan Shihab 2021). Menurut data dari Kemenag Jabar, pada saat ini hanya terdapat 66 penyuluh agama yang bertugas untuk sosialisasi dan pendampingan terkait sertifikasi halal bagi pelaku usaha UMK di Kabupaten Sukabumi. Jumlah ini masih dianggap kurang mengingat ada 381 desa dan jumlah UMK di Kabupaten Sukabumi yang banyak, karena pada idealnya jumlah penyuluh ini dari masing-masing desa itu seharusnya memiliki 1 penyuluh. Selain itu, Kurang motivasi dan inisiatif dari konsumen dan pelaku usaha UMK untuk mengurus sertifikasi halal juga menjadi kendala. Kendala dan upaya peningkatan sertifikasi halal dikalangan UMKM dibahas dalam laporan Kementerian Agama RI (Kemenag RI, 2024) yang menunjukkan bahwa 45% pelaku usaha UMK menganggap proses sertifikasi halal rumit dan membutuhkan biaya yang tinggi. Rumit yang diuraikan pelaku UMK Kabupaten Sukabumi yaitu ada beberapa pelaku UMK yang mengeluh dalam pengumpulan dokumen yang banyak seperti pengumpulan data Nomor Induk Berusaha (NIB), KTP, KK, NPWP, dokumen terkait produk dan lain-lain. Setelah itu, pelaku UMK merasa sulit atau tidak mengerti bagaimana cara mengakses web pendaftaran secara *online* karena tidak semua memahami cara pendaftaran melalui *online*. Terkait banyak pengumpulan dokumen dalam pendaftaran sertifikasi halal ini hanya persepsi sebagian pelaku usaha, karena dalam pengumpulan dokumen pendaftaran hanya mengumpulkan Nomor Induk Berusaha (NIB) dan keterangan bahan baku yang dipakai dalam produk jualan. Selain itu, untuk sulit atau tidak mengerti cara mengakses pendaftaran secara *online*, itu dapat dilakukan dengan cara menghubungi pendamping Proses Produk Halal (PPH) daerah setempat. Biaya yang dikeluarkan pendaftaran *self-declare* untuk usaha mikro dan kecil (UMK) adalah Rp0 atau gratis yang diadakan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) dan Kementerian Agama (Kemenag) terkait Program Sertifikasi Halal Gratis (SEHATI) dengan kuota yang terbatas. Adapun biaya yang harus dikeluarkan saat pendaftaran dan penetapan kehalalan produk sebesar Rp.300.000 jika tidak melalui Program Sehati atau kuota sudah habis. Skema *Self-declare* adalah untuk produk-produk yang kehalalannya sudah dapat dipastikan tanpa

perlu diuji karena memenuhi kriteria tidak berisiko. Sedangkan untuk biaya pendaftaran sertifikasi halal regular untuk usaha mikro dan kecil (UMK) adalah Rp650.000, yang terdiri dari Rp300.000 untuk pendaftaran dan Rp350.000 untuk pemeriksaan kehalalan, biaya ini belum termasuk biaya uji laboratorium, akomodasi dan transportasi pemeriksaan lapangan. Menurut Nuraini (2021), adapun biaya sertifikasi halal regular untuk produk tertentu juga berbeda, misalnya:

1. Produk dalam positif list atau produk dengan proses/material sederhana: Rp 3.000.000
2. Pangan olahan, produk kimiawi, produk microbial: Rp 6.468.750
3. *Flavour* dan *Fragrance*: Rp 7.652.500
4. Gelatin: Rp 7.912.000
5. Restoran/catering/kantin: Rp 3.687.500
6. Rumah potong hewan/ungags dan jasa sembelihan: Rp 3.937.000

Selain itu, berdasarkan hasil survey yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik Kabupaten Sukabumi pada tahun 2024, sekitar 45% pelaku usaha UMK di Kabupaten Sukabumi masih belum memiliki sertifikat halal karena merasa proses pengurusannya rumit dan minim dukungan finansial serta pendampingan dari pemerintah dan instansi terkait (BPS Kabupaten Sukabumi, 2024). Mengatasi persepsi bahwa mengurus sertifikasi halal, baik *self-declare* maupun regular, itu rumit, ada beberapa usulan yang bisa diimplementasikan, berikut beberapa solusi yang bisa diusulkan:

- 1) Sosialisasi yang intensif dan Terarah seperti menagadakan kampanye edukasi melalui berbagai media (radio, media sosial dan seminar) untuk menjelaskan prosedur pengurusan sertifikasi halal, serta kerjasama dengan komunitas dan asosiasi bisnis untuk menyampaikan informasi secara langsung kepada pelaku usaha.
- 2) Pelatihan dan pendampingan yang dilakukan oleh Kemenag Kabupaten Sukabumi seperti menyediakan pelatihan gratis atau dengan biaya terjangkau untuk pelaku usaha mengenai cara pengurusan sertifikais halal dan menyediakan layanan pendampingan yang bisa diakses oleh pelaku usaha untuk membantu mereka dalam proses pengurusan.
- 3) Transparansi biaya dan waktu proses seperti publikasikan secara secara dan transparan biaya yang dibutuhkan serta estimasi waktu yang diperlukan untuk mendapatkan sertifikat halal serta sediakan layanan *customer service* yang responsif untuk menjawab pertanyaan dan keluhan pelaku usaha terkait biaya dan waktu.
- 4) Kolaborasi dengan Lembaga terkait seperti kerjasama dengan pihak Lembaga Amil Zakat (LAZ) SAKU yang terletak di Kec. Sukaraja Kabupaten Sukabumi dan LAZNAS Nurul Hayat di Kec. Cisaat Kabupaten Sukabumi, untuk menyediakan skema pembiayaan atau subsidi bagi pelaku usaha kecil dan menengah yang ingin mengurus sertifikat halal dan melibatkan Lembaga sertifikasi internasional untuk meningkatkan kredibilitas dan kepercayaan terhadap proses sertifikasi halal di Indonesia.

Implementasi solusi ini serta pemahaman yang lebih baik mengenai pengurusan sertifikasi halal, diharapkan persepsi rumitnya proses tersebut dapat diatasi, sehingga lebih banyak pelaku usaha yang terdorong untuk mendapatkan sertifikat halal.

b. Metode

Selain faktor manusia, kurangnya kurangnya metode sosialisasi yang menarik dan mudah dipahami menjadi penyebab rendahnya penerapan sertifikasi halal. Kementerian Perdagangan RI (Kemdag RI 2022) melakukan survey efektivitas sosialisasi sertifikasi halal bagi pelaku UMK dan menunjukkan bahwa 70% pelaku usaha UMK merasa metode sosialisasi yang dilakukan saat ini masih kurang interaktif dan sulit untuk diakses. Menurut (Yunus *et al.* 2022) kurangnya penggunaan media digital/*online*, menyebabkan informasi mengenai sertifikasi halal tidak tersampaikan dengan baik. Meskipun penggunaan internet dan media digital di Indonesia secara umum terus meningkat, namun

di daerah-daerah seperti Kabupaten Sukabumi, aksesibilitas terhadap media digital masih belum merata, Seperti minimnya konten-konten digital (video, poster dll) yang informatif dan mudah diakses oleh masyarakat Sukabumi terkait sertifikasi halal. Berikut data yang menyatakan bahwa konten di platform media sosial (seperti Facebook dan Instagram) menunjukkan bahwa hanya sekitar 10-15% dari postingan yang membahas sertifikasi halal secara informatif, sementara sisanya lebih ke iklan produk. Selain itu, kurangnya inovasi dalam metode sosialisasi juga menjadi faktor penghambat. Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia (Kominfo RI 2023) menganalisis pemanfaatan teknologi digital dalam sosialisasi sertifikasi halal untuk UMKM, lalu mengungkapkan bahwa penggunaan teknologi digital dan media sosial dalam sosialisasi sertifikasi halal masih belum optimal, diantaranya yaitu (1) rendahnya tingkat literasi digital, hanya sekitar 30% pelaku UMKM yang memiliki pemahaman yang baik tentang penggunaan teknologi digital untuk pemasaran dan sosialisasi. (2) Penggunaan media sosial yang terbatas, kurang dari 40% UMKM memanfaatkan media sosial secara aktif untuk mengedukasi konsumen tentang sertifikasi halal masih banyak pelaku UMKM yang masih menggunakan metode pemasaran tradisional dibandingkan dengan strategi digital. (3) Kesadaran terhadap sertifikasi halal, bahwa 60% konsumen masih belum sepenuhnya sadar akan pentingnya sertifikasi halal, yang menunjukkan efektivitas sosialisasi yang rendah. (4) feedback dari pelaku UMKM, dalam wawancara, banyak pelaku UMKM mengungkapkan bahwa mereka membutuhkan lebih banyak pelatihan dan sumber daya mengenai cara memanfaatkan teknologi digital untuk mempromosikan sertifikasi halal. (5) akses internet dan infrastruktur, meskipun akses internet semakin meningkat, masih ada 20% daerah di Indonesia, termasuk beberapa wilayah di Sukabumi, yang mengalami keterbatasan akses masih ada beberapa pelaku usaha yang masih belum mempunyai handphone seperti di Kecamatan Cidahu dan Kecamatan Parakansalak, mempengaruhi kemampuan UMKM untuk memanfaatkan teknologi digital secara maksimal.

c. Lingkungan

Dukungan dan koordinasi dari pemerintah daerah setempat serta lembaga terkait seperti penyuluh Kemenag Kabupaten Sukabumi yang masih terbatas, menjadi kendala dalam penerapan sertifikasi halal. Menurut (Nugraheni *et al.* 2023) kurangnya pendampingan dan kemudahan akses dalam proses sosialisasi sertifikasi halal, serta kurang sinergi antara pemerintah, Lembaga sertifikasi dan asosiasi konsumen dan pelaku usaha UMK, menyebabkan minimnya dukungan lingkungan untuk mendorong penerapan sertifikasi halal. Program pendampingan sertifikasi halal bagi UMKM dievaluasi oleh kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia (Kemenkop UKM RI 2024) menunjukkan bahwa hanya 35% pelaku usaha UMK yang mendapatkan pendampingan dan kemudahan akses dalam proses sertifikasi halal.

Mengatasi kendala-kendala tersebut, dibutuhkan upaya yang komprehensif, seperti meningkatkan pemahaman dan kesadaran konsumen dan pelaku usaha UMK, memperbaiki metode sosialisasi yang lebih menarik dan mudah diakses, serta meningkatkan koordinasi dan dukungan dari pemerintah dan lembaga terkait (Handayani *et al.* 2022).

2. Analisis menggunakan 5W1H untuk merumuskan rekomendasi tindakan perbaikan

Berdasarkan analisis akar masalah menggunakan diagram *fishbone*, selanjutnya dapat dirumuskan rekomendasi tindakan perbaikan terkait sosialisasi sertifikasi halal di Kabupaten Sukabumi dengan menggunakan pendekatan 5W1H sebagai berikut:

Tabel 11. Uraian analisis 5W1H terkait faktor manusia manusia

Permasalahan	Pernyataan	Deskripsi	Tindakan
Manusia	<i>What</i>	Apa yang harus dilakukan?	Meningkatkan pemahaman dan kesadaran masyarakat serta pelaku usaha tentang pentingnya sertifikasi halal

Permasalahan	Pernyataan	Deskripsi	Tindakan
	<i>Why</i>	Mengapa harus dilakukan?	Agar pelaku UMK memahami manfaat sertifikasi halal dan termotivasi untuk mengurus sertifikasinya
	<i>Where</i>	Dimana harus dilakukan?	Di kantor desa di setiap kecamatan yang ada di Kabupaten Sukabumi
	<i>When</i>	Kapan harus dilakukan?	Secara rutin dan berkelanjutan, minimal 2 kali setahun
	<i>Who</i>	Siapa yang harus melakukannya?	Kanwil, KUA, Pemerintah daerah dan asosiasi pelaku UMK setempat
	<i>How</i>	Bagaimana bisa terjadi?	Melakukan sosialisasi, pelatihan dan pendampingan intensif

Pada Tabel 11 terkait faktor manusia, rekomendasi yang dapat dilakukan adalah meningkatkan pemahaman dan motivasi pelaku UMK tentang pentingnya sertifikasi halal. Hal ini dapat dilakukan oleh pemerintah daerah dan asosiasi pelaku UMK setempat, melakukan sosialisasi, pelatihan dan pendampingan intensif secara rutin dan berkelanjutan, terutama bagi pelaku UMK baru. Tujuan agar pelaku UMK memahami manfaat sertifikasi halal dan termotivasi untuk mengurus sertifikasinya.

Tabel 12. Uraian analisis 5W1H terkait faktor metode

Permasalahan	Pernyataan	Deskripsi	Tindakan
Metode	<i>What</i>	Apa yang harus dilakukan?	Memperluas jangkauan sosialisasi sertifikasi halal dengan memanfaatkan teknologi digital
	<i>Why</i>	Mengapa harus dilakukan?	Agar informasi tentang sertifikasi halal dapat tersampaikan dengan lebih efektif kepada pelaku UMK
	<i>Where</i>	Dimana harus dilakukan?	Melalui berbagai platform, baik offline di setiap Desa yang ada di Kabupaten Sukabumi maupun melalui online seperti acara Webinar dan Pelatihan
	<i>When</i>	Kapan harus dilakukan?	Secara rutin dan berkelanjutan, minimal 2 kali setahun
	<i>Who</i>	Siapa yang harus melakukannya?	Pemerintah Daerah yang ada di setiap Kecamatan Kabupaten Sukabumi
	<i>How</i>	Bagaimana bisa terjadi?	Memanfaatkan teknologi digital, seperti media sosial, website dan menggunakan materi sosialisasi yang menarik dan interaktif

Pada Tabel 12 terkait faktor metode, rekomendasi yang dapat dilakukan adalah memperluas jangkauan dan meningkatkan kualitas sosialisasi sertifikasi halal. Hal ini dapat dilakukan oleh Kemenag, kemenkop UKM dan Kominfo, dengan memanfaatkan teknologi digital, seperti media sosial, website dan menggunakan materi sosialisasi yang menarik dan interaktif. Kurangnya inovasi dalam metode sosialisasi yang ada di Kabupaten Sukabumi yaitu lebih cenderung mengandalkan metode sosialisasi konvensional, seperti ceramah dan pameran. Metode ini seringkali kurang menarik dan interaktif bagi masyarakat, sehingga tidak optimal dalam menyampaikan informasi. Kabupaten Sukabumi juga belum memanfaatkan berbagai media sosialisasi lainnya yang lebih inovatif, seperti media audiovisual (video interaktif, podcast berbasis serial, video pendek/grafik animasi) dan games edukasi (game simulasi perusahaan, trivia interaktif, escape room virtual). Meningkatkan efektivitas sosialisasi sertifikasi halal di kabupaten Sukabumi, perlu adanya inovasi dalam metode dan pendekatan yang digunakan, yaitu Menerapkan metode sosialisasi yang lebih interaktif dan

menarik, seperti penggunaan media audiovisual dan games edukasi. Tujuannya agar informasi tentang sertifikasi halal dapat tersampaikan dengan lebih efektif kepada pelaku UMK.

Tabel 13. Uraian analisis 5W1H terkait faktor lingkungan

Permasalahan	Pernyataan	Deskripsi	Tindakan
Lingkungan	<i>What</i>	Apa yang harus dilakukan?	Meningkatkan sinergi dan koordinasi antar Lembaga terkait dalam pelaksanaan sosialisasi sertifikasi halal
Terbatasnya dukungan dan koordinasi dari pemerintah serta Lembaga terkait.	<i>Why</i>	Mengapa harus dilakukan?	Agar terjadi kolaborasi yang efektif dan mencegah tumpang tindih program
	<i>Where</i>	Dimana harus dilakukan?	Di kantor instansi terkait atau dalam forum koordinasi khusus
	<i>When</i>	Kapan harus dilakukan?	Secara rutin, minimal 1 kali dalam 3 bulan
	<i>Who</i>	Siapa yang harus melakukannya?	Pemerintah daerah, kanwil kemenag, LPH, LP3H dan asosiasi pelaku UMK setempat
	<i>How</i>	Bagaimana bisa terjadi?	Menyusun roadmap Bersama, membagi tugas dan peran, serta melakukan monitoring dan evaluasi secara berkala

Tabel 13 terkait faktor lingkungan, rekomendasi yang dapat dilakukan adalah meningkatkan sinergi dan koordinasi antar Lembaga terkait dalam pelaksanaan sosialisasi sertifikasi halal. terdapat beberapa tindakan yang dapat dilakukan diantaranya yaitu, Kanwil Kemenag dapat menggelar penyuluhan dan workshop tentang sertifikasi halal secara rutin di berbagai komunitas dan daerah. Berkoordinasi dengan Lembaga lain seperti LPH dan Lembaga pendampingan agar sosialisasi bisa menjangkau lebih banyak masyarakat. Lembaga Pemeriksa Halal (LPH) terlibat aktif dalam kegiatan sosialisasi agar masyarakat paham proses sertifikasi halal. memperluas jangkauan layanan pemeriksaan halal ke daerah-daerah yang masih sulit diakses. Lembaga Pendampingan Proses Produk Halal (LP3H) dapat memberikan pendampingan teknis secara rutin kepada pelaku usaha, khususnya UMK, dalam memenuhi persyaratan sertifikasi halal. Melakukan pendampingan secara berkesinambungan hingga pelaku usaha mendapatkan sertifikasi halal. bekerja sama dengan pemerintah daerah untuk menjangkau lebih banyak pelaku usaha yang membutuhkan pendampingan. Pemerintah Daerah dapat menyediakan dukungan regulasi dan sumber daya, serta berperan aktif dalam memfasilitasi

kegiatan sosialisasi di tingkat lokal. Asosiasi Pelaku UMK Setempat dapat membangun forum komunikasi dan koordinasi antar pelaku UMK, memberikan pendampingan dan konsultasi, serta mempromosikan dan membantu pemasaran produk UMK yang telah bersertifikat halal, dengan adanya sinergi dan koordinasi yang baik, diharapkan sosialisasi dan implementasi sertifikasi halal dapat berjalan lebih efektif dan mencapai cakupan yang lebih luas di tengah masyarakat.

KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen (72%) mengetahui tentang sertifikasi halal, namun ada (28%) konsumen pemahaman mereka masih terbatas. Meskipun demikian, konsumen memiliki sikap positif terhadap sertifikasi halal dan mempersepsikannya sebagai jaminan produk aman dan halal. Sementara itu, dari sisi pelaku UMK, sebagian besar responden (74%) adalah pelaku UMK di bidang makanan, (26%) pelaku UMK di bidang minuman. Tetapi hanya 42% yang telah memiliki sertifikasi halal. Pelaku UMK menyadari pentingnya sertifikasi halal, namun masih ada kendala seperti biaya

sertifikasi yang dianggap mahal dan proses sertifikasi yang rumit.

Dalam meningkatkan pemahaman konsumen dan mendorong peningkatan sertifikasi halal di kalangan pelaku UMK, beberapa rekomendasi tindakan perbaikan yang dapat dilakukan adalah meningkatkan sosialisasi dan edukasi tentang sertifikasi halal, memberikan bantuan atau insentif bagi pelaku UMK

DAFTAR PUSTAKA

- Adinugraha, & Sartika. (2023). Halal Literacy and Halal Awareness as Determinants of Halal Product Purchase Intention. *IKONOMIKA: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 8(1), 1–20.
- Adawiyah, Y. R., Windayani, N., Nuryantini, A. Y. ., Agustin , T. W., & Rochman, C. . (2024). Analisis Hubungan Literasi Halal Dengan Konsumsi Makanan Siap Saji . *Jurnal Ilmiah Pangan Halal*, 6(1), 1–9.
- Akim, Konety, N., Purnama, C., & Adilla, M. H. (2019). Pemahaman Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umkm) Di Jatinangor Terhadap Kewajiban Sertifikasi Halal Pada Produk Makanan. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 31.
- Amalia, L., Bilqisthy , S. R. ., Mardiah, M., & Jumiono, A. (2024). Karakteristik Fisiko Kimia dan Organoleptik Bakso Daging Sapi, Bakso Daging Tikus, dan Bakso Daging Sapi Campur Daging Tikus dengan Penambahan Bahan Pengenyal dan Bumbu . *Karimah Tauhid*, 3(3), 3975–3989.
- 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.
- Anggia Putri, S., Ujang, S., & Kiki, K. (2021). Determinants of halal food purchase intention among Indonesian Muslim consumers. *Journal of Islamic Marketing*, 12(1), 1–18.
- Arifin, A., & Setyaningrum, D. (2022). Analisis Pengaruh Labelisasi Halal, Harga, Promosi, Citra Rasa, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sosis Kanzler Oleh Generasi Milenial. *Jurnal Ekonomi dan bisnis*, 10(1), 420–427.
- Awan, Siddiquei, & Haider. (2022). Factors affecting Halal purchase intention - evidence from Pakistan. *Journal of Islamic Marketing*, 13(2), 326–344.
- [BPS] Badan Pusat Statistika (2023). Profil Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia Tahun 2023. Jakarta: Badan Pusat Statistika
- Fahmi, I., Rakhman, & Ranti, K. (2023). The Certification, and Religiosity on Purchase Intention of Halal Food Products. *Journal of Halal Product and Research*, 6(1), 9–18.
- Golnaz, R., Zainalabidin, M., Mad Nasir, S., & Eddie Chiew, F. C. (2010). Non-muslims' awareness of Halal principles and related food products in Malaysia. *International Food Research Journal*, 17(3), 667–674.
- Hadi, S. N., & Al-Farisi, S. (2016). Analisis Pengaruh Cita Rasa, Label Halal, dan Diversifikasi Produk terhadap Keputusan Beli Konsumen pada Produk Olahan Tuna Inggil Pacitan Jawa Timur. *Jurnal Ekonomi Islam*, 15, 131–142.
- Hapsari, D. R., Kusumaningrum, I., Aminah, S., & Puspitasari, S. D. (2019). Studi Kasus Pengaruh Logo Halal dan Kesadaran Halal terhadap Keputusan

- Pembelian Bakso Sapi di Ciawi - Bogor. *Jurnal Agroindustri Halal*, 05(2), 196-203.
- Hasan, Harun, & Hossain. (2023). Exploring the determinants of halal product purchasing behavior among Muslim consumers in Bangladesh. *Journal of Islamic Marketing*, 14(1), 105-125.
- Hasan, S. (2014). Kepastian hukum sertifikasi dan labelisasi halal produk pangan. *Jurnal Dinamika Hukum*, 14(2), 227-238.
- Heryanto, B., Nurwati, N., & Yuliana, R. (2023). Halal Certification and Its Implications for Small and Medium Enterprises in Indonesia. *International Journal of Islamic Economics and Finance*, 5(1), 1-16.
- Huda, Runi, Mardian, & Hudaifah. (2022). Determinants of Muslim consumers' intention to purchase halal products: The moderating role of religious commitment. *Journal of Islamic Marketing*, 13(3), 625-646.
- Izzati, Retnawati, & Wijayanti, R. (2022). Antecedents and Consequences of Halal Product Information Disclosure: An Empirical Study of SMEs in Indonesia. *Journal of Islamic Marketing*, 13(5), 1165-1181.
- Jumiono, A., & Siti Irma Rahmawati. (2021). Kriteria Sertifikasi Halal Barang Gunaan di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Pangan Halal*, 2(1), 10-16.
- Mashitoh, S., Rafida, N., & Alina, A. (2013). Perception Towards Halal Awareness and its Correlation with Halal Certification among Muslims. *Middle-East Journal of Scientific Research*, 13(June), 1-4.
- Jumiono, A., Mardiah, M., Amalia, L., & Puspasari, E. (2024). Identifikasi Titik Kritis Kehalalan Produk Mikrobiologi. *Jurnal Ilmiah Pangan Halal*, 6(1), 84-95.
- Munawaroh, U., Setiawan, A., & Istaniah. (2021). The Role of Stakeholder Engagement in the Implementation of Halal Certification Policy for MSMEs. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 24(1), 113-130.
- Ningrum, H. M. (2023). kesadaran Halal dan Persepsi Sertifikasi Halal di Kalangan Pelaku Usaha Mikro Bidang Kuliner Jajanan (Studi Kasus Pedagang Jajanan Di Kecamatan Purwokerto Utara) [skripsi, Universitas Islam Negeri Prof.K.H.Saifuddin Zuhri Purwokerto]
- Nugraheni, Syukri, & Wibowo. (2023). Analisis Kendala Penerapan Sertifikasi Halal pada Industri Makanan dan Minuman Kecil di Jawa Tengah. *Jurnal Ekonomi dan bisnis*, 25(1), 45-60.
- Nugroho, A., Putri, R., & Syahputra, R. (2023). Strategi Peningkatan Sertifikasi Halal Produk Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) melalui Program Sehati. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 9(1), 78-90.
- Nuraini, Taufik, M., & Rohmah. (2021). Analisis Pemahaman Pelaku Usaha Mikro dan Kecil terhadap Kewajiban Sertifikasi Halal. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(1), 143-150.
- Nurjanah, S., & Ningrum, D. (2023). Halal Certification Challenges for Small and Medium Enterprises in Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 18(1), 45-58.
- Putri, Yanto, & Nurkhin. (2023). The Effect of Halal Literacy, Halal Certification and Religious Commitment on Halal Purchase Intention. *jurnal Economia*, 19(1), 1-17.
- Rahayu, Dwiyanana, & Hidayat. (2022). The Role of Halal Certification and Halal Literacy on Halal Food Purchase Intention. *Journal of Islamic Marketing*, 13(3), 643-656.
- Rahmawati, D., Hidayat, W., & Kusumawati, A. (2022). The Importance of Halal Certification for Small and Medium Enterprises in Indonesia. *Journal of Islamic Marketing*, 13(4), 833-847.
- Fitri, Z. E., & Jumiono, A. (2021). Sertifikasi Halal Produk Olahan Pangan. *Jurnal Ilmiah Pangan Halal*, 3(2), 1-7.

- <https://doi.org/10.30997/jiph.v3i2.9676>
- Sadeeqa, S., Sarriff, A., Masood, I., Saleem, F., & Atif, M. (2013). Knowledge , Attitude and Perception Regrading Halal Pharmaceuticals among General Public in Malaysia. *International Journal of Public Health Science*, 2(4), 143–150.
- Sari, & Shihab. (2021). Komunikasi pemasaran terpadu dalam sosialisasi sertifikasi halal pada industri usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) d Indonesia. *jurnal komunikasi*, 13(1), 1–16.
- Setyaningsih, E. D., & Marwansyah, S. (2019). The Effect of Halal Certification and Halal Awareness through Interest in Decisions on Buying Halal Food Products. *Syi`ar Iqtishadi: Journal of Islamic Economics, Finance and Banking*, 3(1), 65.
- Soesilowati. (2020). Business Opportunities for Halal Products in the Global Market: Muslim Consumer Behaviour and Halal Food Consumption. *Journal of Indonesian Social Sciences and Humanities*, 3(1), 1–8.
- Suharni, S., Firmansyah, A., & Nursanti, E. (2021). Determinants of Halal Product Implementation in Small and Medium Enterprises. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 23(2), 89–104.
- Sumarwan, U., & Kirbrandoko, K. (2022). Factors Influencing the Intention to Obtain Halal Certification among Small and Medium Enterprises. *Jurnal Manajemen*, 26(2), 165–180.
- Syahrir, A., Rahem, A., & Prayoga, A. (2019). Pharmacist Behavior of Halal Labelization on Pharmaceutical Product. *Journal of Halal Product and Research*, 25–32.
- Triana, U. (2021). Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, Bahan Makanan, Dan Citra merek Produk Terhadap Minat Beli Produk makanan Halal (Studi Kasus Mahasiswa Muslim Di Malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 9(2), 3.
- Trifiyanto, K. (2018). Masa Depan Produk Lokal: Analisis pengaruh Etnosentris Konsumen, Disain Kemasan Dan Persepsi Labelisasi Halal Terhadap Minat Pembelian produk Lokal. *Fokus Bisnis: Media Pengkajian Manajemen dan Akuntansi*, 17(2), 15–24.
- Warto, W., & Samsuri, S. (2020). Sertifikasi Halal dan Implikasinya Bagi Bisnis Produk Halal di Indonesia. *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking*, 2(1), 98.
- 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.
- Yunus, Suryani, & Anggoro. (2022). Peningkatan Kesadaran Pentingnya Sertifikasi Halal pada Pelaku UMKM di Kota Bandung. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 8(2), 123–234.

PAPER NAME

2. PEMAHAMAN+MASYARAKAT+TERHADAP+KEWAJIBAN+SERTIFIKASI+HALAL+PADA+PRODUK+MAKANAN+DAN+MINUMAN+SKALA+UMUM

WORD COUNT

7919 Words

CHARACTER COUNT

53622 Characters

PAGE COUNT

19 Pages

FILE SIZE

555.5KB

SUBMISSION DATE

Oct 7, 2024 10:52 AM GMT+7

REPORT DATE

Oct 7, 2024 10:53 AM GMT+7

● **6% Overall Similarity**

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

- 6% Internet database
- 2% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 2% Submitted Works database

● **Excluded from Similarity Report**

- Bibliographic material
- Quoted material
- Small Matches (Less than 10 words)

ANALISIS PEMAHAMAN MASYARAKAT TERHADAP KEWAJIBAN SERTIFIKASI HALAL PADA PRODUK MAKANAN DAN MINUMAN SKALA UMK DI KABUPATEN SUKABUMI

ANALYSIS OF PUBLIC UNDERSTANDING OF THE OBLIGATION OF HALAL CERTIFICATION ON UMK-SCALE FOOD AND BEVERAGE PRODUCTS IN SUKABUMI REGENCY

Aditia Ginantaka, S.TP.,M.Si^{1a}, Awalia Rachima Suganda²,Delfitriani, S.TP.,M.Si³

⁹
¹ Sarjana Teknologi Industri Pertanian, Universitas Djuanda Bogor
 Jl. Tol Ciawi No. 1, Kotak Pos 35 Ciawi, Bogor 16720.

¹¹
^a Korespondensi: Aditia Ginantaka, S.TP.,M.Si, E-mail: aditia.ginantaka@unida.ac.id

(Diterima: dd-mm-yyyy; Ditelaah: dd-mm-yyyy; Disetujui: dd-mm-yyyy)

ABSTRACT

²⁰
 Sukabumi Regency is one of the regions in West Java Province that has a large number of micro and small enterprises (MSEs), especially in the food and beverage industry sector. Although there are many MSEs in Sukabumi Regency, only about 30% of all MSEs in the food and beverage sector have halal certificates, according to data from the Sukabumi Regency Halal Product Assurance Agency (BPJPH). ¹⁹ This study aims to analyze the level of awareness of MSE actors and the lower middle class, the majority of whom are consumers of MSE actors. The respondents to the study were 100 consumers and MSE business actors. Data was collected using questionnaires. The results showed that although 72% of respondents were aware of halal certification, their understanding was still limited. Most MSEs in the food sector (74%) and (26%) in the beverage sector, are aware of the importance of halal certification, but only 42% have it, MSE business actors are still constrained by certification costs that are considered expensive and the certification process is complicated. To increase the understanding and implementation of halal certification, it is recommended to increase socialization, provide incentives, and simplify the certification process for MSE actors. The government and related institutions need to play an active role in this effort. Conducting longitudinal research to measure changes in the understanding and behavior of consumers and MSE actors towards halal certification after efforts to increase socialization and education. This can provide an overview of the effectiveness of the improvement programs that have been implemented.

Keywords: awareness, halal certification, socialization, Micro and Small Enterprises (MSEs)

ABSTRAK

⁷
 Kabupaten Sukabumi merupakan salah satu daerah di Provinsi Jawa Barat yang memiliki jumlah Usaha mikro Kecil (UMK) yang cukup besar, terutama di sektor industri makanan dan minuman. Meskipun ada banyak UMK di Kabupaten Sukabumi, hanya sekitar 30% dari seluruh UMK di bidang makanan dan minuman yang memiliki sertifikat halal, menurut data Badan Penyelenggara Jaminan Produk halal (BPJPH) Kabupaten Sukabumi. ⁶ Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat kesadaran pelaku UMK dan masyarakat menengah kebawah yang mayoritas merupakan konsumen dari pelaku UMK. Responden penelitian adalah 100 orang konsumen dan pelaku usaha UMK. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun 72% responden mengetahui sertifikasi halal, pemahaman mereka masih terbatas. Sebagian besar pelaku UMK di bidang makanan (74%) dan (26%) di bidang minuman, menyadari pentingnya sertifikasi halal, namun hanya 42% yang memilikinya, pelaku usaha UMK masih terkendala oleh biaya sertifikasi yang dianggap mahal dan proses sertifikasi yang rumit. Untuk meningkatkan pemahaman dan penerapan sertifikasi halal, disarankan untuk meningkatkan sosialisasi, memberikan insentif, dan mempermudah proses sertifikasi bagi pelaku UMK. Pemerintah dan lembaga terkait perlu berperan aktif dalam upaya ini. Melakukan penelitian longitudinal untuk mengukur perubahan pemahaman dan perilaku konsumen serta pelaku UMK terhadap sertifikasi halal setelah adanya upaya peningkatan sosialisasi dan edukasi. Hal ini dapat memberikan gambaran tentang efektivitas program-program perbaikan yang telah dilaksanakan.

Kata Kunci: kesadaran, sertifikasi halal, sosialisasi, Usaha Mikro dan Kecil (UMK)

Awalia Rachima Suganda., Aditia Ginantaka, S.TP., M.Si & Delfitriani, S.TP.,M.Si. (2024). Analisis Pemahaman Masyarakat Terhadap Kewajiban Sertifikasi Halal Pada Produk Makanan Dan Minuman Skala Umk Di Kabupaten Sukabumi. *Jurnal Ilmiah Pangan Halal, Vol (tahun 1/2),* halaman pertama- halaman terakhir