

**PENGARUH *ATTITUDE*, *SUBJECTIVE NORM* DAN *BEHAVIOR CONTROL* TERHADAP INTENSI PENDAFTARAN SERTIFIKASI HALAL PRODUK MAKANAN DAN MINUMAN PADA USAHA MIKRO DI KABUPATEN MALANG**

**TESIS**

Oleh:

**Maulida Khasanah**

NIM: 210504210010



**PROGRAM MAGISTER EKONOMI SYARIAH  
PASCASARJANA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM  
MALANG  
2023**

**TESIS**

**PENGARUH *ATTITUDE*, *SUBJECTIVE NORM* DAN *BEHAVIOR CONTROL* TERHADAP INTENSI PENDAFTARAN SERTIFIKASI HALAL PRODUK MAKANAN DAN MINUMAN PADA USAHA MIKRO DI KABUPATEN MALANG**

Oleh:

**Maulida Khasanah**

NIM: 210504210010

Dosen Pembimbing 1:

**Dr. Indah Yuliana, SE., MM.**

NIP. 197409182003122004

Dosen Pembimbing 2:

**Dr. Khusnudin, S.Pi., M.Ei.**

NIP. 19700617201608011052



**PROGRAM MAGISTER EKONOMI SYARIAH**

**PASCASARJANA**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM**

**MALANG**

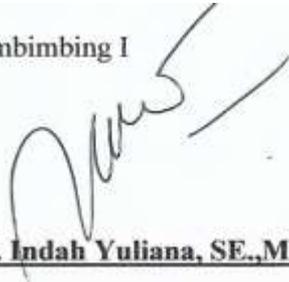
**2023**

## HALAMAN PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN

Tesis yang berjudul “Pengaruh *Attitude*, *Subjective Norm* dan *Behavior Control* terhadap Intensi Pendaftaran Sertifikasi Halal Produk Makanan dan Minuman pada Usaha Mikro di Kabupaten Malang” telah diperiksa dan disetujui untuk diuji:

Malang, 9 November 2023

Pembimbing I



**Dr. Indah Yuliana, SE.,MM.**

NIP. 197409182003122004

Pembimbing II



**Dr. Khusnudin, S.Pi., M.Ei.**

NIP. 19700617 20160801 1 052

Mengetahui

Ketua Program Studi Magister Ekonomi Syariah  
*secretaris program studi*



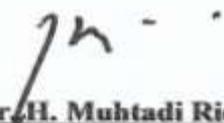
**Prof. Dr. H. Achmad Sani Supriyanto, S.E., M.Si.**

NIP: 197202122003121003

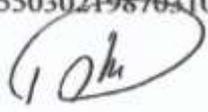
## HALAMAN PENGESAHAN TESIS

Tesis yang berjudul “Pengaruh *Attitude*, *Subjective Norm* dan *Behavior Control* terhadap Intensi Pendaftaran Sertifikasi Halal Produk Makanan dan Minuman pada Usaha Mikro di Kabupaten Malang” telah diuji dan dipertahankan di depan sidang dewan penguji pada tanggal 21 Desember 2023.

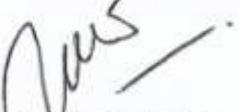
Dewan Penguji

  
Prof. Dr. H. Muhtadi Ridwan, M.A.  
NIP. 195503021987031004

Penguji Utama

  
H. Aunur Rofiq, Lc., M.Ag., Ph.D.  
NIP. 196709282000031001

Ketua Penguji

  
Dr. Hj. Indah Yuliana, SE., MM.  
NIP. 197409182003122004

Anggota/Pembimbing I

  
Dr. Khusudin, S.Pi., M.Ei.  
NIP. 19700617201608011052

Anggota/Pembimbing II

Mengesahkan  
Direktur Pascasarjana  
  
Prof. Dr. H. Woldmurni, M.Pd., Ak.  
NIP. 196903032000031002

## SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Maulida Khasanah  
NIM : 210504210010  
Program Studi : Magister Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa tesis yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada Pascasarjana Program Studi Magister Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang dengan judul **“Pengaruh *Attitude*, *Subjective Norm* dan *Behavior Control* terhadap Intensi Pendaftaran Sertifikasi Halal Produk Makanan dan Minuman pada Usaha Mikro di Kabupaten Malang”** adalah benar hasil karya sendiri, bukan plagiasi dari karya tulis orang lain, baik sebagian maupun keseluruhan. Pendapat atau temuan penelitian orang lain yang terdapat dalam tesis ini dikutip dan dirujuk sesuai kode etik penulisan karya ilmiah. Apabila di kemudian hari ternyata dalam tesis ini dibuktikan ada unsur-unsur plagiasi, maka saya bersedia untuk diproses sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Malang, 8 November 2023

  
Maulida Khasanah  
NIM. 210504210010



## MOTO

وَلَا تَقُولُوا لِمَا تَصِفُ أَلْسِنَتُكُمُ الْكَذِبَ هَذَا حَلَلٌ وَهَذَا حَرَامٌ لِنُفْتَرُوا عَلَى اللَّهِ  
الْكَذِبَ إِنَّ الَّذِينَ يَفْتَرُونَ عَلَى اللَّهِ الْكَذِبَ لَا يُفْلِحُونَ

“Janganlah kamu mengatakan terhadap apa yang diucapkan oleh lidahmu secara bohong, “Ini halal dan ini haram,” untuk mengada-adakan kebohongan terhadap Allah. Sesungguhnya orang-orang yang mengada-adakan kebohongan terhadap Allah tidak akan beruntung.”

(Q.S. An-Nahl ayat 116)

## **PERSEMBAHAN**

*Alhamdulillah*, dengan selesainya karya ilmiah ini, saya persembahkan untuk Baba (Rosidin) yang terus mendukung dan membimbing semasa kuliah sampai akhir. Kedua buah hati (Azzam & Izzah) yang selalu pengertian selama ini, plus sang janin yang setia menemani di masa-masa pengerjaan tesis. Saudara saya (Mas Fatih, Mbak Ana, Mbak Lina, Mas Joe, Mas Fikri, Mbak Dwi beserta bocil-bocilnya) yang aktif membantu secara jasmani maupun ruhani. Terkhusus untuk orang tua yang selalu mendoakan dan meridhai jalan hidup anaknya ini (*Almarhum* H. Moch. Ridwan bin H Maksun dan *Almarhumah* Hj. Nurul Hayati binti H. Bakar), serta Mertua (H. Sucipto bin Ngasenen dan Hj. Khotimah binti Imam) yang selalu mendukung serta mendoakan setiap langkah. Serta banyak pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu. Terima kasih dan permintaan maaf saya ucapkan, semoga Allah SWT memberikan balasan yang terbaik di dunia dan akhirat. Amin. Alfatihah.

## KATA PENGANTAR

*Alhamdulillah*, segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan taufiq, hidayah dan inayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan tesis berjudul: “Pengaruh Attitude, Subjective Norm dan Behavior Control terhadap Intensi Pendaftaran Sertifikasi Halal Produk Makanan dan Minuman pada Usaha Mikro di Kabupaten Malang” sesuai dengan harapan.

Shalawat dan Salam semoga terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW, keluarga, shahabat dan segenap umat muslim yang meneladani syariat beliau sepanjang hidup. Tesis ini merupakan bagian dari upaya memperkaya literasi terkait gaya hidup halal yang merupakan syariat Rasulullah SAW.

Banyak pihak yang secara langsung maupun tidak langsung, telah berjasa dalam penyusunan tesis ini. Oleh sebab itu, peneliti menghaturkan rasa terima kasih setulus-tulusnya dan penghargaan setinggi-tingginya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. M. Zainuddin, MA, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Bapak Prof. Dr. H. Wahidmurni, M.Pd, selaku Direktur Pascasarjana Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Bapak Prof. Dr. H. Achmad Sani Supriyanto, SE, M.Si, selaku Ketua Program Studi Magister Ekonomi Syariah Pascasarjana Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Ibu Dr. Indah Yuliana, SE., MM. selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan intensif hingga terselesaikannya tesis ini.
5. Ibu Dr. Khusnudin, S.Pi., M.Ei. selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan intensif hingga terselesaikannya tesis ini.
6. *Almarhum* Bapak Prof. Dr. H. Muhammad Djakfar, S.H., M.Ag, yang sempat menjadi Dosen Pembimbing I. Semoga Allah SWT memberikan tempat terbaik kepada beliau, baik di alam kubur maupun di surga kelak.

7. Bapak Dr. Eko Suprayitno, SE, M.Si., Ph.D, selaku Sekretaris Program Studi Magister Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
8. Segenap Bapak/Ibu Dosen Pascasarjana Program Studi Magister Ekonomi Syariah yang telah memberikan wawasan dan pengalamannya yang bersifat akademik maupun non-akademik.
9. Seluruh keluarga inti, keluarga besar dan sanak famili yang memberikan berbagai jenis kontribusi yang membantu terselesaikannya tesis ini, di tengah-tengah kesibukan sehari-hari peneliti.
10. Semua teman-teman Prodi Magister Ekonomi Syariah 2021 yang memberi persahabatan hangat selama masa perkuliahan.
11. Semua pihak yang membantu terselesaikannya tesis ini, namun tidak dapat peneliti sebutkan namanya satu persatu.

Selalu ada bagian dari tesis ini yang perlu menjadi sasaran perbaikan. Untuk itu, peneliti mengundang para pembaca untuk menelaah dan memberikan saran perbaikan yang relevan.

Akhirnya, peneliti berdoa semoga tesis ini memberikan manfaat seluas-luasnya bagi peneliti secara pribadi dan bagi pembaca secara umum. Amin.

Malang, 8 November 2023

Hormat Saya



Maulida Khasanah

NIM. 210504210010

## DAFTAR ISI

COVER .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN TESIS .....	iii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
MOTO.....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR TABEL .....	xiii
ABSTAK .....	xiv
ABSTACT .....	xv
ملخص البحث .....	xvi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	8
C. Tujuan Penelitian .....	8
D. Manfaat Penelitian .....	9
E. Hipotesis Penelitian .....	9
F. Ruang Lingkup Penelitian .....	10
G. Penelitian Terdahulu dan Orisinalitas Penelitian .....	10
H. Definisi Operasional .....	21
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	23
A. Theory Of Plannad Behavior .....	23
1. Intensi ( <i>Intention</i> ) .....	24
2. Sikap/ <i>Attitude</i> (X1) .....	25
3. Norma Subjektif/ <i>Subjective Norm</i> (X2) .....	26

4.	Kontrol Perilaku/ <i>Behavioral Control</i> (X3).....	27
5.	Perilaku/ <i>Behavior</i> (Y).....	28
B.	Perilaku Dalam Islam .....	29
1.	Niat sebagai Representasi Intensi .....	29
2.	<i>Maqashid Syariah</i> sebagai Representasi Sikap.....	30
3.	Hukum Islam sebagai Representasi Norma Subyektif.....	32
4.	<i>Ahliyyah</i> dan ' <i>Awaridh Ahliyyah</i> sebagai Representasi Kontrol Perilaku .....	34
5.	Amal sebagai Representasi Perilaku .....	36
C.	Sertifikasi Halal Produk Makanan dan Minuman .....	37
D.	Usaha Mikro .....	41
1.	Usaha Mikro Menurut Undang-Undang .....	41
2.	Usaha Mikro Menurut BPS.....	43
3.	Usaha Mikro Menurut Bank Indonesia .....	44
4.	Usaha Mikro Menurut <i>World Bank</i> .....	50
E.	Kerangka Berfikir .....	51
F.	Hubungan Antar Variabel .....	51
BAB III METODE PENELITIAN .....		57
A.	Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	57
B.	Variabel Penelitian .....	57
C.	Populasi dan Sampel .....	63
D.	Pengumpulan Data .....	66
E.	Analisis Data.....	67
F.	Prosedur Penelitian .....	71
BAB IV HASIL PENELITIAN .....		73
A.	Deskripsi Demografi Responden .....	73
B.	Pengujian Hipotesis .....	74
1.	Uji Validitas dan Uji Reliabilita .....	74
2.	Uji Asumsi Klasik .....	77

3. Uji Hipotesis .....	79
4. Koefisien Determinan (R <sup>2</sup> ).....	82
<b>BAB V PEMBAHASAN.....</b>	<b>83</b>
A. A.Pengaruh Sikap/Attitude terhadap Intensi Pendaftaran Sertifikasi Halal .....	83
B. Pengaruh Norma Subjektif/ Subjective Norm terhadap Intensi Pendaftaran Sertifikasi Halal .....	90
C. Pengaruh Kontrol Perilaku/ Behavior Control terhadap Intensi Pendaftaran Sertifikasi Halal .....	96
D. Pengaruh Sikap/Attitude, Norma Subjektif/Subjective Norm dan Kontrol Perilaku/ Behavior Control terhadap Intensi Pendaftaran Sertifikasi Halal .....	100
<b>BAB VI PENUTUP.....</b>	<b>103</b>
A. Kesimpulan .....	103
B. Implementasi Teoretis .....	105
C. Saran .....	106
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>108</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>115</b>

## **DAFTAR GAMBAR**

GAMBAR 1 Hierarki Maqashid Syariah .....	31
GAMBAR 2 Alur Proses Sertifikasi Halal .....	40
GAMBAR 3 Dokumen Permohonan Sertifikasi Halal .....	40
GAMBAR 4 Data Kredit UMKM Tahun 2019-2020.....	44
GAMBAR 5 Kendala Internal dan Eksternal UMKM .....	48
GAMBAR 6 Kerangka Berpikir .....	51
GAMBAR 7 Hasil Uji Normalitas .....	77

## DAFTAR TABEL

TABEL 1 Jumlah Sebaran Usaha Mikro Makanan Dan Minuman di Kabupaten Malang .....	4
TABEL 2 Orisinalitas Penelitian Dibandingkan Penelitian Terdahulu .....	13
TABEL 3 Karakteristik UMKM Menurut BI .....	45
TABEL 4 Instrumen Penelitian .....	58
TABEL 5 Klasifikasi Persebaran Responden .....	65
TABEL 6 Karakteristik Demografi Responden .....	73
TABEL 7 Hasil Uji Validitas .....	75
TABEL 8 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen .....	76
TABEL 9 Hasil Uji Multikolonieritas .....	78
TABEL 10 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	78
TABEL 11 Rangkuman Hasil Analisis Regresi Linier Berganda .....	79

## ABSTRAK

Maulida Khasanah, 2023. Pengaruh *Attitude*, *Subjective Norm* dan *Behavior Control* terhadap Intensi Pendaftaran Sertifikasi Halal Produk Makanan dan Minuman pada Usaha Mikro di Kabupaten Malang. Tesis, Program Studi Ekonomi Syariah Pascasarjana Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, Pembimbing (1) Dr. Indah Yuliana, S.E., M.M. dan Pembimbing (2) Dr. Khusnudin, S.Pi., M.Ei.

Kata Kunci: *Theory of Planned Behavior (TPB)*, *Intensi*, *Sertifikasi Halal*, *Usaha Mikro*, *Produk Makanan-Minuman*.

---

Halal sangat diperhatikan dalam Islam melalui perintah yang mewajibkan umat muslim untuk mengonsumsi produk halal. Permintaan konsumen terhadap produk halal semakin meningkat, sehingga banyak produsen makanan dan minuman yang membutuhkan sertifikat halal. Faktanya, masih banyak produk makanan dan minuman yang belum mendapatkan sertifikat halal, dengan berbagai alasan yang melatar-belakanginya. Tesis ini mengkaji usaha mikro makanan dan minuman. Secara spesifik, fokus penelitian ini adalah menganalisis dan mengukur intensi pelaku usaha mikro produk makanan dan minuman di Kabupaten Malang dalam pendaftaran sertifikat halal, dengan menggunakan *Theory of Planned Behavior (TPB)* yang terdiri dari unsur *Attitude*, *Subjective Norm* dan *Behavior Control*.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasinya adalah pemilik usaha mikro makanan dan minuman di Kabupaten Malang. Penentuan sampel berdasarkan *purposive sample*, dengan jumlah 300 responden. Data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer, yang kemudian dianalisis dengan menggunakan SPSS (*Statistical Program for Social Science*).

Temuan penelitian menunjukkan bahwa secara simultan dan parsial *Attitude*, *Subjective Norm* dan *Behavior Control* berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi pendaftaran sertifikasi halal produk makanan dan minuman pada usaha mikro di Kabupaten Malang. Sedangkan dari perspektif Islam, *Attitude* pemilik usaha mikro mencerminkan sikap hidup yang sesuai dengan tujuan-tujuan syariat Islam (*Maqasid Syariah*); *Subjective Norm* mencerminkan ketaatan terhadap ketentuan hukum halal-haram yang ditetapkan dalam syariat Islam; dan *Behavior Control* mencerminkan perilaku sukarela untuk mendaftarkan produk makanan dan minuman agar mendapatkan sertifikat halal. Dengan demikian, intensi pemilik usaha mikro makanan dan minuman di Kabupaten Malang dalam pendaftaran sertifikat halal, bukan semata-mata dilandasi motif ekonomi (duniawi), melainkan juga dilandasi motif ketaatan beragama (ukhrawi).

## ABSTRACT

Maulida Khasanah, 2023. The Influence of Attitudes, Subjective Norms and Behavior Control on Intentions to Register for Halal Certification for Food and Beverage Products of Micro-Enterprises in Malang Regency. Magister Thesis, Postgraduate Sharia Economics Study Program, State Islamic University of Maulana Malik Ibrahim Malang, Supervisor (1) Dr. Indah Yuliana, S.E., M.M. and Supervisor (2) Dr. Khusnudin, S.Pi., M.Ei.

Keywords: *Theory of Planned Behavior (TPB), Intention, Halal Certification, Micro-Enterprises, Food and Beverage Products.*

---

Halal is very concerned in Islam through the command that Muslims must consume *halal* products. Consumer demand for *halal* products is increasing, so many food and beverage producers require *halal* certificates. In fact, there are still many food and beverage products that have not received *halal* certification, for various reasons. This thesis examines micro-enterprises. Specifically, the focus of this research is to analyze and measure the intentions of micro-enterprises owners of food and beverage products in Malang Regency in registering for *halal* certificates, using the Theory of Planned Behavior (TPB) which consists of the elements of Attitude, Subjective Norm and Behavior Control.

This research uses quantitative approach. The population was taken from micro-enterprises owners in Malang Regency. The sample in this research was a purposive sample that was up to 300 respondents. The data used in this research is primary data, which is then analyzed using SPSS (Statistical Program for Social Science).

The research findings show that Attitude, Subjective Norm and Behavior Control simultaneously and partially have a positive and significant effect on the intention to register for *halal* certification of food and beverage products in micro-enterprises in Malang Regency. Meanwhile, from an Islamic perspective, the *Attitude* of micro-enterprises owners reflects a life attitude that is in accordance with the goals of Islamic law (*Maqasid Shariah*); *Subjective Norm* reflects compliance with the *halal-haram* legal provisions stipulated in Islamic law; and *Behavior Control* reflects voluntary behavior to register food and beverage products to obtain *halal* certificates. Thus, the intentions of micro-enterprises owners of food and beverage products in Malang Regency in registering for *halal* certificates are not solely based on economic (the world) motives, but are also based on religious (the hereafter) motives.

## ملخص البحث

مولدة حسنة، 2023. تأثير السلوك والقاعدة الذاتية والتحكم في السلوك على نية التسجيل للحصول على شهادة الحلال لمنتجات الأغذية والمشروبات في الشركات الصغيرة في محافظة مالانج. رسالة ماجستير، برنامج الدراسات العليا في الاقتصاد الشرعي، جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج، المشرفة (1) د. إنداه يوليانا، M.M.، S.E.، والمشرّف (2) د. حسن الدين، M.Ei.، S.Pi. الكلمات الرئيسية: نظرية السلوك المخطط (TPB)، النية، شهادة الحلال، الشركات الصغيرة، منتجات الأغذية والمشروبات.

يُنظر إلى الحلال في الإسلام إلى حد كبير على أنه يجب على المسلمين تناول الطعام الحلال أدى تزايد طلب المستهلكين على المنتجات الحلال إلى قيام العديد من المنتجين، وخاصة الأغذية والمشروبات، بشهادة الحلال. وفي الواقع، لا يزال العديد من المنتجات الغذائية والمشروبات التي لم تحصل على شهادة الحلال لأسباب مختلفة. وتتناول هذه الأطروحة الشركات الصغيرة. ومحور هذا البحث باستخدام نظرية السلوك المخطط (TPB) التي تتكون من السلوك والقاعدة الذاتية والتحكم في السلوك لتحليل وقياس نوايا الجهات الفاعلة الشركات الصغيرة في تسجيل شهادة الحلال في محافظة مالانج.

تستخدم هذه الدراسة البحث الكمي. ثم أخذ السكان من أصحاب الشركات الصغيرة في محافظة مالانج. وكان تحديد العينة في هذا البحث عينة هادفة. وتكونت العينة في هذه الدراسة من 300 فردا. البيانات المستخدمة في هذا البحث هي البيانات الأولية. وقد تم تحليل البيانات باستخدام برنامج الإحصائي للعلوم الاجتماعية (SPSS).

تظهر نتائج هذا البحث أن السلوك والقاعدة الذاتية والتحكم في السلوك لها تأثير إيجابي وهام بشكل متزامن وجزئي على نية التسجيل للحصول على شهادة الحلال للمنتجات الغذائية والمشروبات في الشركات الصغيرة في محافظة مالانج. و من منظور إسلامي، يعكس السلوك لأصحاب الشركات الصغيرة موقفاً حياتياً يتوافق مع أهداف الشريعة الإسلامية (مقاصد الشريعة)؛ يعكس القاعدة الذاتية الامتثال لأحكام الحلال والحرام في الشريعة الإسلامية؛ والتحكم في السلوك تعكس السلوك الإختياري لتسجيل المنتجات الغذائية والمشروبات للحصول على شهادات الحلال. وبالتالي، فإن نية أصحاب الشركات الصغيرة للمنتجات الغذائية والمشروبات في محافظة مالانج في التسجيل للحصول على شهادات الحلال لا تعتمد على دوافع اقتصادية (دنيوية) فقط، ولكنها تستند أيضاً إلى دوافع دينية (أخروية).



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Halal merupakan suatu hukum yang sangat diperhatikan oleh ajaran Islam, sebagaimana tercermin pada penyebutan kata halal dan bentukannya dalam Al-Qur'an yang mencapai 51 kali dalam 43 ayat (Al-Baqi, 2007). Dari ayat-ayat tersebut, ada yang memerintahkan umat muslim agar mengonsumsi makanan yang halal. Antara lain Surat al-Baqarah [2]: 168, al-Ma'idah [5]: 88, al-Anfal [8]: 69, al-Nahl [16]: 114.

Ketentuan halal didasarkan pada syariat Allah SWT yang dibawa oleh Nabi Muhammad SAW, sehingga umat muslim tidak boleh gegabah dalam melabeli halal-haramnya sesuatu. Misalnya, menghalalkan sesuatu yang diharamkan oleh Allah SWT, atau justru mengharamkan sesuatu yang dihalalkan oleh Allah SWT, sebagaimana termaktub dalam Surat al-Baqarah [2]: 275, al-Ma'idah [5]: 5, al-Ma'idah [5]: 87, al-Nahl [16]: 116 dan al-Hajj [22]: 30.

Contoh aktualisasi labelisasi hukum halal-haram dalam kehidupan sehari-hari adalah berdirinya Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI) pada tanggal 6 Januari 1989. (Arintawati, 2023). Selanjutnya, LPPOM MUI mulai mengeluarkan sertifikasi halal pada tahun 1994. Sejak tahun 1994 hingga 2022, LPPOM MUI sudah memberikan sertifikasi halal kepada 10.643 Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Namun angka ini terbilang sangat kecil, jika dibandingkan jumlah

UMKM yang mencapai 65,4 juta (Ulya, 2022). Pemerintah mulai bergerak dengan mempermudah sertifikasi halal UMK. Karena UMK merupakan tulang punggung perekonomian nasional (Kemenko PMK, 2020). Bukan hanya di dalam negeri saja, usaha mikro juga sukses menyumbang sekitar 95,8% dari semua bisnis di Inggris, sehingga dianggap sebagai mesin pertumbuhan ekonomi. Namun, masih sedikit yang membahas Usaha Mikro dalam konteks ilmiah (Gherhes et al., 2016). Hal ini dibuktikan mulai tahun 2019-2022 jumlah sertifikasi halal sudah tumbuh 2,5% dari tahun sebelumnya yakni 749.971. Namun hal ini masih dirasa kurang karena dengan melihat pertumbuhan UMKM dengan angka 65,4 juta sertifikasi halal hanya mencapai 1.2 % saja. Pemerintah pusat juga semakin gencar mewacanakan dimulai dari pernyataan oleh Wakil Presiden K.H. Ma'ruf Amin yang memberikan strategi dalam langkah yang lebih strategis mulai dari mendorong penyegeraan membentuk Komite Daerah dan Keuangan Syariah (KDEKS), Percepatan Proses Sertifikasi Halal, Pembentukan kawasan industri halal (KIH) dan tentunya terus mengakselerasi ekosistem industri halal dalam negeri (adlh004, 2022). Oleh sebab itu, peneliti berinisiatif menjadikan Usaha Mikro sebagai objek penelitian. Karena tanpa disadari bahwa usaha yang berskala mikro ini bisa menggerakkan perekonomian Indonesia secara luas.

Jawa Timur yang memiliki jumlah UMKM terbanyak ketiga di Indonesia (Badan Pusat Statistik(BPS), 2021) dengan jumlah total 9,7 juta UMKM di Jawa Timur, hanya 20% yang mendapatkan sertifikasi halal (2023). Pemerintah juga sudah berupaya dengan adanya program SEHATI (Sertifikat Halal Gratis) (Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Jawa Timur, 2023). Namun program ini juga

menimbulkan tantangan, mulai dengan pembiayaan dari negara yang terbatas dan keraguan atas kehalalan produk (Jakiyudin & Fedro, 2022). Kendala demi kendala dirasakan mulai negara sampai provinsi dalam hal meningkatkan kesadaran pada pengusaha dalam sertifikasi halal.

Kabupaten Malang yang mempunyai jumlah UMKM kedua teratas di Jawa Timur berjumlah 600.054 UMKM (Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Jawa Timur, 2018) juga merasakan hal yang sama. Bahwa MUI Kabupaten Malang baru mengeluarkan sertifikasi halal dengan jumlah 3.364 (Ibnu, 2023). Jumlah ini hanya mencapai kurang dari 3,2% dari 106.097 UMK di Kab. Malang pada berbagai sektor UMK secara keseluruhan. Hal ini sangat disayangkan padahal upaya mengkampanyekan sertifikasi halal untuk produk UMKM terus dilakukan (Humas01, 2023).

Unit usaha di bidang makanan dan minuman merupakan aset pemerintah dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Berdasarkan data BPS tahun 2018, di Indonesia ini terdapat 1,9 juta industri manufaktur makanan dan minuman dengan skala kecil dan menengah. Dampaknya, sektor ini menjadi penyumbang Produk Domestik Bruto (PDB) industri nonmigas terbesar di Indonesia dengan prosentase 34% (Hardum, 2021) dan menempati posisi kedua terbesar dalam kategori lapangan usaha pada tahun 2010-2023 dengan prosentase 20% (Timur, 2023b). Sebagai penyumbang terbesar PDB nasional ini maka menarik dilakukan penelitian terkait usaha mikro dibidang makanan dan minuman.

Setelah diklasifikasikan hanya pada makanan dan minuman maka mendapatkan hasil 4.882 usaha mikro makanan dan minuman di Kab. Malang.

Dengan persebaran di 33 kecamatan sebagai berikut:

**Tabel 1 Jumlah Sebaran Usaha Mikro Makanan dan Minuman di Kab. Malang**

No	Nama Kecamatan	Jumlah	No	Nama Kecamatan	Jumlah
1	Ampelgading	101	18	Pagak	100
2	Bantur	170	19	Pagelaran	134
3	Bululawang	103	20	Pakis	133
4	Dampit	94	21	Pakisaji	142
5	Dau	91	22	Poncokusumo	190
6	Donomulyo	103	23	Pujon	95
7	Gedangan	106	24	Singosari	376
8	Gondanglegi	96	25	Sumber Pucung	164
9	Jabung	171	26	Sumbermanjing	162
10	Kalipare	117	27	Tajinan	86
11	Karangploso	262	28	Tirto Yudo	105
12	Kasembon	105	29	Tumpang	156
13	Kepanjen	322	30	Turen	164
14	Kromengan	127	31	Wagir	110
15	Lawang	231	32	Wajak	170
16	Ngajum	118	33	Wonosari	167
17	Ngantang	115		<b>TOTAL</b>	<b>4.882</b>

Kelima kecamatan yang diambil hanya yang sudah bersertifikat dan yang melalui proses dengan jumlah 300 dengan mengambil 5% dari keseluruhan populasi dan juga rumus slovin. Hal ini diperlukan untuk menunjukkan keseriusan intensi pemilik usaha mikro dalam pendaftaran sertifikasi halal.

Berbagai kendala dirasakan dalam meningkatkan kesadaran dalam mendaftarkan sertifikasi halal yakni *pertama* sebab kurangnya kesadaran produsen dan keengganan karena memandang sertifikasi halal (Wirduyaningsih et

al., 2020); (Prabowo et al., 2015); (Usman et al., 2023); (Rachmawati, 2017); (Meo et al., 2018); (Khan et al., 2019); (Hanim & Noorman, 2023). *Kedua*, biaya *overhead*, sehingga menyebabkan kurangnya antusiasme dalam mendaftarkan sertifikasi halal. Bukan itu saja, para pengusaha juga mengeluhkan mahalnnya biaya dalam mendaftarkan sertifikasi halal (Wirduyaningsih et al., 2020); (Prabowo et al., 2015); (Yap, & Ng, 2018); (Oemar et al., 2020); (Hanim & Noorman, 2023); (Saiman & Yusma, 2022). *Ketiga*, serta lamanya prosedur dalam pembuatan seertifikasi halal (Wirduyaningsih et al., 2020); (Yap, & Ng, 2018); (Salahuddin et al., 2021); (Saiman & Yusma, 2022); (Bakar et al., 2017). Oleh sebab itu, dibutuhkan kajian lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang melatarbelakangi minimnya UMKM yang mendapatkan sertifikat halal. Padahal, sertifikat halal berpotensi menarik minat konsumen dari kalangan umat muslim di Indonesia yang menurut laporan *The Royal Islamic Strategic Studies Centre (RISSC)*, populasinya mencapai 237,56 juta jiwa (Ayu, 2022). Banyak persyaratan yang harus dipenuhi oleh pelaku usaha untuk mendapatkan sertifikat halal dari MUI juga menjadi sebab tidak semua pelaku usaha mau dan/atau mampu mendapatkan sertifikat halal MUI. Misalnya, ada 6 merek yang hingga kini belum mendapatkan sertifikat MUI, yaitu Hanamasa (restoran *all you can eat* ala Jepang), Pochajjang, Ichiban Sushi, Genki Sushi dan White Rabbit Creamy Candy (Puspapertiwi, 2022).

Tinjauan terhadap penelitian sebelumnya mengenai pentingnya sertifikasi halal (Giyanti et al., 2021). Sertifikasi halal juga sudah mulai disadari dan diminati dengan ditunjukkan mulai banyaknya gerai makanan halal dengan produsen yang

sadar akan kehalalan produk yang bisa merambah bukan hanya di ranah lokal, namun juga global (Salindal, 2019). Sertifikasi halal juga sudah digunakan pada perusahaan makanan dalam skala global seperti McDonald's dan Nestle yang sudah banyak menerapkan dan memperkenalkan sertifikasi halal dalam operasi dan produksi mereka (Ab Talib et al., 2017). Sertifikasi halal merupakan salah satu langkah industri halal dalam strategi pengembangan ekonomi. Hasil yang didapatkan memiliki tiga poin yakni adanya contoh positif dengan memiliki sertifikasi halal, adanya motivasi yang dilakukan sekitar untuk mendorong pendaftaran dan adanya fasilitas yang mendukung agar dapat dilakukan dengan mudah (Amaliatus Sholihah, 2020).

Signifikansi penelitian ilmiah ini hanya berfokus pada Usaha Mikro di Kabupaten Malang, didukung oleh penelitian Dominiak (2018) yang menyatakan bahwa sektor usaha kecil memiliki signifikansi yang lebih besar dibandingkan data yang ditunjukkan oleh statistik, karena memang lebih sulit untuk mengukur kinerja usaha kecil (Frackiewicz, 2018). Karena banyak penelitian yang berfokus pada UMKM tidak ke Usaha Mikro dan hanya meneliti terkait minat konsumen terhadap sertifikasi halal baik pada produk makanan, minuman, kosmetik dan lainnya. Padahal usaha mikro memiliki pengaruh yang bagus dalam perkembangan ekonomi suatu negara. Agar lebih terfokus dan terarah, penelitian ini diorientasikan pada Usaha Mikro di bidang makanan dan minuman, dalam konteks pendaftaran sertifikasi halal dari MUI.

Penelitian yang dilakukan Amaliatus dan Firman (2022) menghasilkan TPB bisa mempengaruhi minat pelaku usaha dalam mendaftarkan sertifikasi halal

pada usahanya dengan pendekatan kualitatifnya. Masih dengan tema yang sama penelitian oleh Setiawan & Setyorini, (2015) Bahwa adanya Sikap dan *Perceived Behavior Control* tidak bisa mempengaruhi keputusan seseorang dalam pembelian produk yang memiliki label halal di Desa Cipeuejuh Kab. Bandung (Setiawan & Setyorini, 2015). Namun hasil yang berbeda dengan hubungan antara kontrol perilaku dan sikap tidak mempengaruhi niat dalam membeli produk halal (Aslan, 2023). Berbeda dengan penelitian oleh Rizki dkk (2018) bahwa sikap, norma subjektif dan kontrol perilaku berpengaruh positif terhadap intensi membeli produk halal (Vernanda et al., 2019).

Dari beberapa kategori penelitian di atas, penelitian ini memiliki distingsi (*gap research*) pada tiga hal. *Pertama*, belum ada riset yang secara spesifik intensi pelaku usaha mikro untuk mendaftarkan sertifikat halal bagi produknya. *Kedua*, TPB sebagai perspektif teoritis dalam konteks penelitian kuantitatif, dapat memberikan jawaban yang objektif terkait intensi pelaku usaha mikro untuk mendaftarkan sertifikat halal bagi produknya. *Ketiga*, tesis ini diproyeksikan sebagai bagian dari penguatan sosialisasi dan literasi terkait sertikat halal MUI bagi makanan dan minuman yang diproduksi oleh usaha mikro di Kabupaten Malang.

Limitasinya, peneliti menggunakan *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang terdiri dari aspek sikap (*attitude*), norma subjektif (*subjective norm*) dan kontrol perilaku (*behavior control*) sebagai landasan teori; usaha mikro produk makanan dan minuman sebagai fokus kajian; dan Kabupaten Malang sebagai lokus penelitian. Dari sini, peneliti merumuskan tesis dengan judul: “Pengaruh

*Attitude*, *Subjective Norm* dan *Behavior Control* terhadap Intensi Pendaftaran Sertifikasi Halal Produk Makanan dan Minuman pada Usaha Mikro di Kabupaten Malang”.

## **B. Rumusan Masalah**

1. Apakah sikap/*attitude* berpengaruh signifikan terhadap intensi pendaftaran sertifikasi halal produk makanan dan minuman di Kabupaten Malang?
2. Apakah norma subjektif/*subjective norm* berpengaruh signifikan terhadap intensi pendaftaran sertifikasi halal produk makanan dan minuman di Kabupaten Malang?
3. Apakah kontrol perilaku/*behavior control* berpengaruh signifikan terhadap intensi pendaftaran sertifikasi halal produk makanan dan minuman di Kabupaten Malang?
4. Apakah sikap/*attitude*, norma subjektif/*subjective norm* dan kontrol perilaku/*behavior control* berpengaruh signifikan secara bersama terhadap intensi pendaftaran sertifikasi halal produk makanan dan minuman di Kabupaten Malang?

## **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk menguji dan menganalisis sikap/*attitude* berpengaruh signifikan terhadap intensi pendaftaran sertifikasi halal produk makanan dan minuman di Kabupaten Malang.

2. Untuk menguji dan menganalisis norma subjektif/*subjective norm* berpengaruh signifikan terhadap intensi pendaftaran sertifikasi halal produk makanan dan minuman di Kabupaten Malang.
3. Untuk menguji dan menganalisis kontrol perilaku/*behavior control* berpengaruh signifikan terhadap intensi pendaftaran sertifikasi halal produk makanan dan minuman di Kabupaten Malang.
4. Untuk menguji dan menganalisis sikap/*attitude*, norma subjektif/*subjective norm* dan kontrol perilaku/*behavior control* berpengaruh signifikan secara bersama terhadap intensi pendaftaran sertifikasi halal produk makanan dan minuman di Kabupaten Malang.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini memiliki dua jenis manfaat. *Pertama*, manfaat teoritis. Antara lain memperkaya khazanah keilmuan *Teori of Planned Behaviour* (TPB) dalam perekonomian, terutama dalam ranah sertifikasi halal di Indonesia secara umum, dan di Kabupaten Malang secara khusus. *Kedua*, manfaat praktis. Antara lain dapat dijadikan sebagai acuan bagi daerah-daerah lain dalam pengaplikasian sertifikasi halal pada produk makanan dan minuman.

#### **E. Hipotesis Penelitian**

H1: Terdapat pengaruh antara sikap/*attitude* terhadap intensi pendaftaran sertifikasi halal produk makanan dan minuman di Kabupaten Malang.

H2: Terdapat pengaruh antara norma subjektif/*subjective norm* terhadap intensi pendaftaran sertifikasi halal produk makanan dan minuman di Kabupaten Malang.

H3: Terdapat pengaruh antara kontrol perilaku/*behavior control* terhadap intensi pendaftaran sertifikasi halal produk makanan dan minuman di Kabupaten Malang.

H4: Terdapat pengaruh antara sikap/*attitude*, norma subjektif/*subjective norm* dan kontrol perilaku/ *behavior control* terhadap intensi pendaftaran sertifikasi halal produk makanan dan minuman di Kabupaten Malang.

#### **F. Ruang Lingkup Penelitian**

Ruang lingkup pada penelitian ini adalah:

1. Variabel Independen/Variabel Bebas (*Independent Variabel/X*), yakni variabel yang menjadi sebab atau yang memengaruhi perubahan atau munculnya variabel dependen (Sugiono, 2016). Variabel X pada penelitian ini adalah sikap/*attitude*, norma subjektif/*subjective norm* dan kontrol perilaku/ *behavior control*.
2. Variabel Dependen/Variabel Terikat (*Dependent Variabel /Y*), yakni variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen (Sugiono, 2016). Variabel Y pada penelitian ini adalah intensi pendaftaran sertifikasi halal produk makanan dan minuman pada usaha mikro di Kabupaten Malang.

## G. Penelitian Terdahulu

Sub-bab ini menyajikan sejumlah temuan penelitian yang dimungkinkan terkait dengan variabel yang diteliti oleh peneliti dalam tesis ini. Tujuannya untuk menunjukkan bahwa tidak ada pengulangan (repetisi) penelitian, karena terdapat distingsi antara penelitian ini dengan penelitian-penelitian terdahulu berikut ini:

1. Afrina Mu'arrafah, melakukan penelitian berjudul “Pengaruh *Theory of Planned Behaviour* terhadap Perilaku Pembelian Produk Makanan dan Minuman dalam Kemasan Berlabel Halal di Supermarket Kabupaten Jember”. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan analisis jalur. Temuan penelitiannya adalah variabel sikap dan norma subjektif berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi. Variabel intensi berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku. Namun variabel persepsi kontrol perilaku tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku.
2. Ratih Rinda Puspitaningrum, melakukan penelitian berjudul “Pengaruh Gender, Level Pendidikan, Tingkat Pendapatan dan Keragaman Etnis terhadap Perilaku Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi (Penerapan *Theory of Planned Behavior*)”. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik kuesioner. Temuan penelitiannya, perilaku kepatuhan wajib pajak dipengaruhi oleh gender, level pendidikan dan keragaman etnis.
3. Syamsuri, melakukan penelitian berjudul “Analisis Konsep *Theory of Planned Behavior* terhadap Pembelajaran Wirausaha dan Pendidikan

- Ekonomi Keluarga Pelaku UMKM”. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan analisis regresi linier berganda. Temuan penelitiannya, variabel *attitude*, *subjective norms*, *perceived behavior control* dan *behavior intentions* secara parsial dan simultan berpengaruh signifikan terhadap pembelajaran wirausaha dan pendidikan ekonomi keluarga para pelaku UMKM di Kota Pontianak.
4. Imam Noor Said dan Deden Dinar Iskandar, melakukan penelitian berjudul “Persepsi Peluang Kerja, Minat dan Perilaku Wirausaha Mahasiswa: Analisis dari Perspektif *Theory of Planned Behavior*”. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan sampel mahasiswa S1 Universitas Diponegoro dengan analisis model persamaan struktural berbasis varian (SEM-PLS) dengan *software* Warp PLS 6.0. Temuan penelitiannya, persepsi peluang kerja berpengaruh negatif signifikan terhadap munculnya perilaku wirausaha. Komponen *Theory of Planned Behavior* yakni sikap, berpengaruh signifikan positif terhadap minat wirausaha, sedangkan norma subjektif tidak berpengaruh pada minat dan perilaku wirausaha.
  5. Anggit Listyoningrum dan Albari, melakukan penelitian berjudul “Analisis Minat Beli Konsumen Muslim terhadap Produk yang Tidak Diperpanjang Sertifikasi Halalnya”. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pengambilan sampel mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia dengan *software* AMOS. Temuan penelitiannya, semua variabel bebas, yaitu sikap, norma

subjektif dan persepsi kontrol perilaku, berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen muslim.

Di samping lima penelitian terdahulu di atas, masih banyak penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini. Demi efisiensi dan efektivitas, berikut peneliti sajikan tabel yang memuat persamaan, perbedaan dan orisinalitas penelitian ini dibandingkan penelitian-penelitian terdahulu:

**Tabel 2 Orisinalitas Penelitian Dibandingkan Penelitian Terdahulu**

1	2	3	4	5
No	Nama Peneliti, Tahun, Sumber	Persamaan	Perbedaan	Orisinalitas
1.	Afrila Mu'arrafah, 2020, Tesis	Penerapan TPB terhadap intensi dan perilaku	Penelitian ini fokus pada intensi dan perilaku konsumen produk halal	Tesis ini fokus pada intensi dan perilaku pemilik usaha produk halal
2.	Imam Noor Said dan Deden Dinar Iskandar, 2020, Jurnal Sinta 2	Penerapan TPB terhadap intensi	Penelitian ini fokus pada intensi mahasiswa untuk berwirausaha	Tesis ini fokus pada intensi pelaku usaha yang sudah berwirausaha
3.	Leonel da Cruz, Ni Wayan Sri Suprpti dan Ni Nyoman Kerta Yasa, 2015, Jurnal Sinta 3	Penerapan TPB terhadap intensi	Penelitian ini fokus pada penerapan TPB untuk membangkitkan intensi berwirausaha di kalangan mahasiswa Dili Timur Leste	Tesis ini fokus pada penerapan TPB terhadap intensi pendaftaran sertifikat halal di kalangan pelaku usaha mikro di Kabupaten Malang
4.	Mohamed Syazwan Ab	Pembahasan terkait TPB	Penelitian ini berfokus pada	Tesis ini banyak ditujukan pada

1	2	3	4	5
	Talib, Thoo Ai Chin dan Johan Fisher, 2017, Emerald	dengan Sertifikasi halal	proses produksi seperti kinerja bisnis dan keuangan	TPB terhadap intensi mendaftarkan sertifikasi halal
5.	Normia Akmad Salindal, 2018, Emerald	Pembahasan sertifikasi halal	Penelitian ini meneliti hubungan sertifikasi dengan inovasi dan kinerja pasar	Tesis ini ditujukan pada TPB terhadap intensi mendaftarkan sertifikasi halal
6.	Ida Giyanti, Anita Indrasari, Wahyu Sutopo dan Eko Liquidanu, 2020, Emerald	Pembahasan sertifikasi halal	Penelitian ini membahas terkait motivasi usaha dalam inovasi dan kinerja usaha	Tesis ini ditujukan pada TPB terhadap intensi mendaftarkan sertifikasi halal
7.	Widyaningsih, Iffa Karimah, Aafi Qonitatus Syahida dan Annisa Marwah Nabilah, 2020, Atlantis Press	Pembahasan terkait sertifikasi halal	Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan fokus pada keseimbangan konsumen dan pengusaha	Tesis ini difokuskan pada TPB terhadap intensi mendaftarkan sertifikasi halal
8.	Lathifah Hanim dan MS Noorman, 2023, Atlantis Press	Pembahasan sertifikasi halal bagi UMKM	Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan melihat bagaimana sertifikasi halal sebagai upaya jaminan produk halal	Tesis ini difokuskan pada TPB terhadap intensi mendaftarkan sertifikasi halal bagi pemilik usaha mikro
9.	Hirawati Oemar, Eri Achiraeniwati,	Pembahasan terkait	Penelitian ini melihat peningkatan	Tesis ini difokuskan pada TPB terhadap

1	2	3	4	5
	Yanti Sri Rejeki, Aanis Sepriani dan Ezar Amrullah, 2019, Atlantis Press	makanan halal	kesadaran penyedia makanan yakni PKL (Pedagang Kaki Lima)	intensi mendaftarkan sertifikasi halal bagi pemilik usaha mikro
10.	Hakiye Aslan, 2023, Atlantis	Pembahasan TPB	Penelitian ini berfokus pada sudut pandang konsumen muslim terhadap niat beli	Tesis ini difokuskan pada TPB terhadap intensi mendaftarkan sertifikasi halal bagi pemilik usaha mikro
11.	Azmawani Abd Rahman dan Suhaimi Ab Rahman, 2016, Emerald	Pembahasan terkait sertifikasi halal	Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan fokus pada faktor penghambat sertifikasi halal	Tesis ini difokuskan pada TPB terhadap intensi mendaftarkan sertifikasi halal bagi pemilik usaha mikro
12.	Mohamed Syazwan Ab Talib, 2017, emerald	Pembahasan terkait sertifikasi halal	Penelitian ini berfokus pada motivasi dan manfaat sertifikasi pangan dalam rantai makanan halal dan menggunakan metode kualitatif	Tesis ini difokuskan pada TPB terhadap intensi mendaftarkan sertifikasi halal bagi pemilik usaha mikro
13.	Awal Fuseini, Phil Hadley dan Toby Knowles, 2020, Emerald	Pembahasan terkait sertifikasi halal	Penelitian ini terkait sertifikasi halal pada hewan sembelihan dan standarisasinya	Tesis ini difokuskan pada TPB terhadap intensi mendaftarkan sertifikasi halal

1	2	3	4	5
				bagi pemilik usaha mikro
14.	Hardius Usman dan Nucke Widowati Kusumo Projo, 2021, Emerald	Pembahasan terkait sertifikasi halal	Penelitian ini terkait kesadaran pangan halal dan sertifikasi halal	Tesis ini difokuskan pada TPB terhadap intensi mendaftarkan sertifikasi halal bagi pemilik usaha mikro
15.	Shahbaz Khan, Mohd Imran Khan dan Abid Haleem, 2018, Emerald	Pembahasan terkait sertifikasi halal	Penelitian ini terkait hambatan sertifikasi halal	Tesis ini difokuskan pada TPB terhadap intensi mendaftarkan sertifikasi halal bagi pemilik usaha mikro
16.	Mohamed Syazwan Ab Talib Abu Bakar Abdul Hamid Thoo Ai Chin, 2015, Emerald	Pembahasan terkait sertifikasi halal	Penelitian ini terkait sertifikasi halal dengan fokus kaajian padda motivasi dan keterbatasan dalam penerapan	Tesis ini difokuskan pada TPB terhadap intensi mendaftarkan sertifikasi halal bagi pemilik usaha mikro
17.	Norkhazzaina Salahuddin, Nurul Riddhaina Salahuddin dan Munirah Khamarudin, 2021, Emerald	Pembahasan terkait pengembangan halal	Peneitian ini fokus pada pengembangan halal dan perluasan pasar dalam industri halal	Tesis ini difokuskan pada TPB terhadap intensi mendaftarkan sertifikasi halal

1	2	3	4	5
				bagi pemilik usaha mikro
18.	Annalisa De Boni dan Maria Bonaventura Forleo, 2019, Emerald	Pembahasan terkait pasar makanan halal	Penelitian ini berfokus pada faktor pendorong dan hambatan. Metode yang digunakan kualitatif.	Tesis ini difokuskan pada TPB terhadap intensi mendaftarkan sertifikasi halal bagi pemilik usaha mikro
19.	Syed Shad Alam dan Nazura Mohamed Sayuti, 2011, Jurnal Emerald	Penerapan TPB terhadap perilaku	Penelitian ini fokus pada analisis TPB terhadap perilaku pembelian produk makanan-minuman halal di Malaysia	Tesis ini fokus pada analisis TPB terhadap keputusan pelaku usaha produk makanan dan minuman di Kabupaten Malang, untuk mendapatkan sertifikat halal
20.	Agustini Dyah Respati dan Singgih Santoso, 2021, Jurnal Sinta 3	Penerapan TPB terhadap intensi	Penelitian ini fokus pada penerapan variabel-variabel TPB terhadap intensi berwirausaha	Tesis ini fokus pada penerapan variabel-variabel TPB terhadap intensi pelaku usaha
21.	Ni Nyoman Anggar Seni dan Ni Made Dwi Ratnadi, 2017, Jurnal Sinta 3	Penerapan TPB terhadap intensi	Penelitian ini fokus pada analisis TPB terhadap intensi berinvestasi saham di pasar modal	Tesis ini fokus pada analisis TPB terhadap intensi mendaftarkan sertifikat halal

1	2	3	4	5
				oleh pelaku usaha mikro
22.	Tessa Mariana, Dwi Suhartanto dan Arie Indra Gunawan, 2020, Prosiding	Penerapan TPB terhadap intensi	Penelitian ini fokus pada penerapan TPB terhadap intensi beli makanan cepat saji halal	Tesis ini fokus pada penerapan TPB terhadap intensi mendaftarkan sertifikat halal oleh pelaku usaha mikro
23.	Muhammad Zuhaili Saimani dan Nur Salsabila Yusmai, 2022	Pembahasan sertifikasi halal	Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan fokus pada permasalahan dan tantangan bagi pengusaha muslim	Tesis ini difokuskan pada TPB terhadap intensi mendaftarkan sertifikasi halal bagi pemilik usaha mikro
24.	Ratih Rinda Puspitaningrum, 2018, Tesis	Penerapan TPB terhadap perilaku	Penelitian ini fokus pada analisis TPB dengan variabel perbedaan gender, level pendidikan, tingkat pendapatan dan keragaman etnis	Tesis ini fokus pada analisis TPB dengan variabel sikap, norma subjektif, kontrol perilaku dan kombinasi ketiganya
25.	Anggit Listyoningrum dan Albari, Jurnal Sinta 2	Penerapan TPB terhadap perilaku	Penelitian ini fokus pada analisis TPB terhadap perilaku konsumen produk halal yang tidak diperpanjang	Tesis ini fokus pada analisis TPB terhadap intensi pelaku usaha untuk mendaftarkan sertifikat halal bagi produknya

1	2	3	4	5
			sertifikasi halalnya	
26.	Luthfi Sagusta Putra dan Ridwan Nurdin, 2018, Jurnal Sinta 4	Penerapan TPB terhadap perilaku	Penelitian ini fokus pada analisis TPB terhadap perilaku pembelian produk makanan-minuman halal di Kota Banda Aceh	Tesis ini fokus pada analisis TPB terhadap keputusan pelaku usaha produk makanan dan minuman di Kabupaten Malang, untuk mendapatkan sertifikat halal
27.	Doni Irawan, Prima Widhi N, Richard Sagiman dan Soesilo Nugroho, 2021, Jurnal Sinta 4	Penerapan TPB terhadap perilaku	Penelitian ini fokus pada penerapan TPB terhadap perilaku menabung di perbankan syariah	Tesis ini fokus pada penerapan TPB terhadap intensi mendaftarkan sertifikat halal, agar sesuai syariah
28.	Syamsuri, 2019, Jurnal Sinta 2	Penerapan TPB terhadap pelaku usaha mikro	Penelitian ini fokus pada penerapan TPB terhadap pembelajaran dan pendidikan ekonomi keluarga yang dilakukan oleh pelaku usaha mikro	Tesis ini fokus pada penerapan TPB terhadap intensi pendaftaran sertifikat halal yang dilakukan oleh pelaku usaha mikro
29.	Siska, Hanifa Rahmi, Fitriani dan Ema Dewanti, 2020, Jurnal Sinta 3	Sertifikasi halal bagi pelaku industri makanan	Penelitian ini fokus pada <i>workshop</i> pengajuan sertifikat halal	Tesis ini fokus pada penerapan TPB terhadap intensi mendaftarkan

1	2	3	4	5
			bagi pelaku usaha produk makanan	sertifikat halal bagi pelaku usaha produk makanan
30.	Amaliatus Sholihah dan Firman Setiawan, 2022, Jurnal Sinta 4	Penerapan TPB terhadap pelaku usaha	Penelitian ini fokus pada kajian kualitatif dalam TPB terhadap pelaku UMKM	Tesis ini fokus pada kajian kuantitatif dan Usaha Mikro
31.	Yuli Setiawan dan Retno Setyorini, 2015, Jurnal Sinta 5	Penerapan TPB	Penelitian ini fokus pada intensi membeli konsumen	Tesis ini fokus pada penerapan TPB terhadap intensi mendaftarkan sertifikat halal bagi pelaku usaha produk makanan
32.	Viverita, Ratih Dyah Kusumastuti dan Riani Rachmawati, 2017, Jurnal Sinta 4	Pembahasan sertifikasi halal pada Usaha Mikro	Penelitian ini dalam kajian kualitatif dan fokus pada motif dan tantangan sertifikasi halal produsen	Tesis ini fokus pada penerapan TPB dalam intensi mendaftarkan sertifikat halal bagi pelaku usaha produk makanan
33.	Ahmad Havid Jakiyudin dan Alfarid Fedro, 2022, Sinta 4	Pembahasan tentang sertifikasi halal UMK	Penelitian ini hanya terfokus pada program <i>self declare</i>	Tesis ini fokus pada penerapan TPB dalam intensi mendaftarkan sertifikat halal bagi pelaku usaha produk makanan

## H. Definisi Operasional

### 1. Intensi

Kata *intention* memiliki beragam makna. Antara lain: Intensi, maksud dan minat. Dalam tesis ini, peneliti menerjemahkan *intention* dengan intensi. Namun memuat makna “maksud” dan “minat”.

### 2. Sikap/*Attitude*

Sikap/*Attitude* ditentukan oleh keyakinan yang terdapat pada diri seseorang yang kemudian berpengaruh secara positif maupun negatif terhadap perilaku. Seperti menyetujui atau tidak menyetujui (Syamsuri, 2019). Ajzen menjelaskan bahwa sikap itu ditentukan oleh keyakinan terhadap konsekuensi yang akan didapat dari perilaku yang dilakukan. Sedangkan keyakinan berkaitan dengan penilaian seseorang terhadap lingkungan sekitar, tentang hubungan perilaku yang dilakukan dengan manfaat dan kerugian yang akan didapatkan (Ramdhani, 2011).

### 3. Norma Subjektif/*Subjective Norm*

Norma Subjektif/*Subjective Norm* merupakan respon lingkungan sosial yang dapat berpengaruh pada perilaku seseorang, kemudian bisa menentukan keputusan apa yang akan dia ambil (Syamsuri, 2019). Lingkungan sosial bisa berupa keluarga, masyarakat sekitar, pemerintah dan sebagainya. Dalam kehidupan sehari-hari, setiap individu memiliki dua hubungan, yakni vertikal dan horizontal. Hubungan vertikal adalah relasi yang tegak lurus (atas-bawah), seperti individu dengan pemerintah dan

tokoh agama. Sedangkan hubungan horizontal adalah relasi yang mendatar (setara), seperti individu dengan teman dan saudara (Ramdhani, 2011).

#### 4. Kontrol Perilaku/*Behavior Control*

Kontrol Perilaku/*Behavior Control* adalah keyakinan dalam diri seseorang yang menentukan perilaku seseorang, baik dari pengalaman pribadi maupun orang lain (Syamsuri, 2019). Kontrol Perilaku juga bisa dikaitkan dengan apakah ada faktor yang menghambat atau mendukung suatu perilaku, berdasarkan hasil observasi terhadap diri sendiri maupun orang lain (Rochmah, 2017).

#### 5. Perilaku Pendaftaran

Ajzen (1988) menjelaskan bahwa perilaku seseorang tergantung pada intensinya dalam berperilaku, yang terdiri dari tiga unsur utama: sikap (*attitude*), norma subjektif (*subjective norm*) dan kontrol perilaku (*Control Beliefs*). Kombinasi ketiga unsur utama ini berhubungan erat dengan intensi, yang kemudian berimplikasi pada perilaku. Dalam konteks tesis ini, perilaku yang dimaksud adalah pendaftaran sertifikat halal oleh pelaku usaha mikro di Kabupaten Malang.

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **A. *Theory of Planned Behavior (TPB)***

TPB merupakan perluasan dari Teori Tindakan Beralasan (*Theory of Reasoned Action*; TRA). Sebagaimana dalam TRA, faktor sentral dalam TPB adalah intensi individu untuk melakukan tindakan tertentu. Sebagai aturan umum, semakin kuat intensi untuk melakukan perilaku tertentu, semakin besar pula kemungkinan terjadinya perilaku tersebut. Di sisi lain, intensi untuk melakukan perilaku yang berbeda-beda, dapat diprediksi dengan akurasi tinggi dari sikap (*attitude*), norma subyektif (*subjective norms*) dan kontrol perilaku yang dirasakan (*perceived behavioral control*) (Sutisna, 2022).

Kelebihan TPB adalah aplikatif dalam berbagai bidang, seperti teknologi informasi, kebijakan sosial dan sosiologi (Christopher J. Armitage, 2004). Ajzen menilai bahwa TPB dicirikan oleh beberapa fitur yang membuatnya dapat digunakan dalam skala luas, sebagai model untuk memprediksi perilaku yang dinamis. Fitur-fitur yang dimaksud adalah: *Pertama*, TPB difokuskan pada faktor-faktor penentu perilaku dan dapat diterapkan pada perilaku apapun yang menarik untuk dikaji oleh peneliti. *Kedua*, TPB dilengkapi seperangkat alat metodologi yang mapan, sehingga dapat digunakan untuk mendapatkan pengukuran yang reliabel dan valid. *Ketiga*, TPB menawarkan suatu model struktural yang jelas, yang menyediakan kerangka penalaran konseptual terkait faktor-faktor penentu perilaku yang sedang dipertimbangkan dan dapat diuji secara empiris melalui

regresi berganda dan pemodelan persamaan terstruktur. *Keempat*, TPB menerima banyak dukungan dalam banyak penelitian empiris (I. Ajzen, 2020).

Berdasarkan pertimbangan di atas, TPB relevan untuk diimplementasikan dalam konteks penelitian terkait intensi pelaku usaha untuk melakukan atau tidak melakukan pendaftaran sertifikasi halal atas produk usahanya yang berupa makanan dan minuman.

Perilaku sangat ditentukan oleh sikap. Faktor yang membedakan perilaku dengan sikap adalah intensi. Yaitu kesiapan seseorang untuk mewujudkan perilaku tersebut. Relasi intensi, sikap dan perilaku, dikembangkan oleh Ajzen menjadi Teori Perilaku Terencana atau TPB (Marisi Butarbutar, 2021).

Menurut model TPB, perilaku dipengaruhi oleh dua faktor. *Pertama*, faktor internal yang berupa sikap. *Kedua*, faktor eksternal yang berupa norma subyektif dan kontrol perilaku (Nilawati Nasti, 2021).

1. Intensi / Niat (*Intention*) (Y)

Kata *intention* diartikan beragam. Antara lain: Intensi, niat, maksud dan minat. Oleh sebab itu, peneliti menerjemahkan *intention* dengan intensi.

Telaah terhadap beberapa tes empiris menunjukkan bahwa intensi terbukti mampu memprediksi perilaku, sedangkan sikap terbukti mampu memprediksi intensi. Implikasinya, intensi merupakan prediktor terbaik dari perilaku terencana; dan sikap mempengaruhi perilaku melalui efek intensi. Sedangkan intensi dan sikap, bergantung pada situasi dan individu tertentu (Jr Norris F. Krueger, 1993). Menurut Fishben & Ajzen (1975), intensi individu merupakan dimensi kemungkinan subjektif individu yang

berkaitan antara dirinya dengan perilaku nantinya. Jadi, intensi individu berkaitan dengan kesungguhannya dalam perbuatan tertentu (M. F. & I. Ajzen, 1975).

Pengertian intensi pada penelitian ini, difokuskan pada kesungguhan pelaku usaha mikro untuk mendaftarkan atau tidak mendaftarkan sertifikasi halal atas produk makanan atau minumannya. Sedangkan besar-kecilnya intensi pelaku usaha, dipengaruhi oleh faktor sikap, norma subyektif dan kontrol perilaku yang mengitarinya.

## 2. Sikap/ *Attitude* ( $X_1$ )

Sikap terhadap perilaku, ditentukan oleh keyakinan seseorang mengenai konsekuensi dari suatu perilaku. Yaitu manfaat atau kerugian yang mungkin diperoleh, apabila individu melakukan atau tidak melakukan perilaku tertentu (Nilawati Nasti, 2021). Sikap seseorang ditentukan oleh kepercayaan orang tersebut terhadap konsekuensi apa yang akan dihasilkan, berdasarkan pemahaman subjektifnya sesuai dengan diri dan lingkungannya (Rochmah, 2017). Hal tersebut dilakukan dengan menghubungkan antara manfaat dan kerugian yang mungkin akan didapatkan apabila melakukan suatu hal atau tidak melakukannya. Keyakinan seorang individu dapat memperkuat sikapnya dalam berperilaku berdasarkan pertimbangan pribadi. Individu tersebut dapat melakukan survei mandiri atas apa yang diperoleh nantinya, baik berupa keuntungan atau kerugian (Ramdhani, 2011).

Pada penelitian ini, sikap pemilik usaha untuk mendaftarkan atau tidak mendaftarkan sertifikasi halal atas produk makanan dan minumannya,

dipengaruhi oleh penilaian pribadi terkait untung dan rugi usaha yang dijalankan. Misalnya, sertifikat halal dapat memberikan keuntungan dari sisi menarik konsumen yang peduli pada jaminan kehalalan produk makanan-minuman yang dibeli. Di sisi lain, sertifikat halal bisa jadi mendatangkan kerugian dari sisi berkurangnya konsumen dari kalangan tertentu yang tidak nyaman dengan adanya sertifikat halal.

### 3. Norma Subjektif/ *Subjective Norm* ( $X_2$ )

Norma subyektif mengacu pada tekanan sosial yang dirasakan individu, untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku. Dalam konteks hubungan vertikal, seperti individu dengan atasannya, maka norma subyektifnya bersifat tuntutan, sehingga individu termotivasi untuk patuh kepada atasannya. Sedangkan dalam konteks hubungan horizontal, seperti individu dengan teman, maka norma subyektifnya bersifat deskriptif, sehingga individu termotivasi untuk meniru atau mengikuti (identifikasi) perilaku temannya maupun perilaku orang lain di sekitarnya (Nilawati Nasti, 2021). Dengan kata lain, norma subjektif adalah bagaimana respon seseorang terhadap perspektif orang lain di lingkungan sekitarnya, apakah mengikuti atau tidak mengikutinya. Menurut Wikamorys dalam Rochmah (2017), norma subjektif terbentuk dari percampuran kepercayaan seseorang terkait setuju atau tidak setuju terhadap orang lain atau kelompok lain yang berada di lingkungannya dan dianggap penting olehnya (Rochmah, 2017).

Dalam konteks penelitian ini, intensi pemilik usaha mikro untuk mendaftarkan atau tidak mendaftarkan sertifikasi halal atas produk makanan

dan minumannya, bisa dipengaruhi oleh norma subyektif yang bersifat vertikal maupun horizontal. Contoh norma subyektif yang bersifat vertikal adalah pelaku usaha mendengarkan ceramah dari tokoh agama, mengikuti sosialisasi dari pemerintahan atau motivasi dari pengusaha sukses terkait pentingnya sertifikasi halal untuk produk makanan dan minuman. Contoh norma subyektif yang bersifat horizontal adalah pelaku usaha melihat sertifikat halal yang tertera pada produk makanan dan minuman pelaku usaha lain di lingkungannya; atau hasil diskusi ringan dengan keluarga, teman, tetangga, dan saudaranya, terkait sertifikasi halal.

#### 4. Kontrol Perilaku/ *Behavioral Control* ( $X_3$ )

Kontrol perilaku merupakan persepsi terkait kesulitan melakukan perilaku tertentu. Kontrol perilaku ini tergantung pada hambatan yang dirasakan dan kemampuan yang dimiliki. Contoh hambatan adalah minim sumber daya keuangan, kesulitan mendapatkan sesuatu, dan lokasi yang jauh. Sedangkan contoh kemampuan adalah memiliki waktu, uang dan keterampilan. Ringkasnya, apabila seseorang percaya bahwa dia memiliki banyak sumber daya pendukung dan/atau minim faktor penghambat, maka kontrol perilakunya semakin tinggi, sehingga meningkatkan intensinya untuk melakukan perilaku tertentu (Nilawati Nasti, 2021).

Ajzen mendefinisikan kontrol perilaku sebagai berikut: “faktor ini menggambarkan persepsi individu mengenai mudah atau tidaknya untuk melakukan tingkah laku dan diasumsikan merupakan refleksi dari

pengalaman yang telah terjadi sebelumnya serta hambatan-hambatan yang diantisipasi” (Leonel da Cruz, 2015).

Berkaitan dengan penelitian ini, hambatan yang dialami oleh pelaku usaha mikro terkait prosedur untuk mendapatkan sertifikasi halal, dapat mempengaruhi intensinya untuk mendaftarkan atau tidak mendaftarkan sertifikat halal atas produk makanan dan minumannya. Di sisi lain, faktor kesiapan waktu dan kecukupan dana yang dimiliki oleh pelaku usaha mikro, juga dapat mempengaruhi intensinya untuk mendaftarkan atau tidak mendaftarkan sertifikat halal atas produk makanan dan minumannya.

#### 5. Perilaku Pendaftaran

Ajzen (1988) menjelaskan bahwa perilaku seseorang tergantung pada keinginannya dalam berperilaku, dan hal itu terdiri dari tiga poin. Yaitu sikap (*attitude*), norma subjektif (*subjective norm*) dan kontrol perilaku (*control beliefs*). Pandangan ini disebut *Theory of Planned Behavior* (TPB), yaitu sebuah teori yang memberikan pandangan dasar terkait tanggapan (respon) seseorang terhadap stimulus yang berasal dari dirinya sendiri maupun orang lain di sekitarnya, baik dengan tanggapan positif atau negatif.

Dalam ilmu Psikologi, teori perilaku merupakan hubungan antara keyakinan seseorang dengan perilaku yang dilakukan, berdasarkan keyakinan awal tersebut. Teori ini menegaskan bahwa sikap terhadap perilaku, norma subjektif dan kontrol perilaku, secara bersama-sama (simultan) membentuk intensi berperilaku seorang individu (Datak et al., 2018).

Berpijak pada teori di atas, penelitian ini juga menjadikan sikap, norma subyektif dan kontrol perilaku sebagai faktor yang mempengaruhi intensi pelaku usaha mikro untuk mendaftarkan atau tidak mendaftarkan sertifikat halal atas produk makanan dan minumannya.

## **B. Perilaku dalam Islam**

Apabila *Theory of Planned Behavior* (TPB) dikontekstualisasikan dalam Islam, maka kata kunci yang perlu dipahami ada lima: *Pertama*, Niat sebagai representasi Intensi. *Kedua*, Tujuan Utama Syariat Islam (*Maqashid Syariah*) sebagai representasi Sikap. *Ketiga*, Hukum Islam sebagai representasi Norma Subyektif. *Keempat*, *Ahliyyah* (Kecakapan) sebagai Kontrol Perilaku. *Kelima*, Amal sebagai representasi Perilaku.

### 1. Niat sebagai Representasi Intensi

Dalam Islam, niat menjadi faktor penentu suatu perilaku (amal). Umar ibn al-Khaththab RA meriwayatkan dalam H.R. Bukhari nomor 1, bahwa Rasulullah SAW bersabda:

إِنَّمَا الْأَعْمَالُ بِالنِّيَّاتِ، وَإِنَّمَا لِكُلِّ امْرِئٍ مَا نَوَى (مُتَّفَقٌ عَلَيْهِ).

*Sesungguhnya setiap perbuatan itu tergantung niatnya; dan sesungguhnya bagi setiap orang, hanya memperoleh apa yang diniatkannya (Al-Bukhori, 1992).*

Tujuan niat adalah untuk membedakan ibadah dari adat kebiasaan. Misalnya, orang yang tidak makan akan mendapatkan pahala apabila berniat menjalankan ibadah puasa; namun tidak mendapatkan pahala apabila

berniat diet yang menjadi kebiasaannya. Niat juga bertujuan untuk membedakan status dan tingkatan tiap-tiap ibadah. Misalnya, orang yang berpuasa, dapat berniat puasa Ramadhan yang berstatus wajib, maupun berniat puasa Senin yang berstatus sunah (Hakim, 2007).

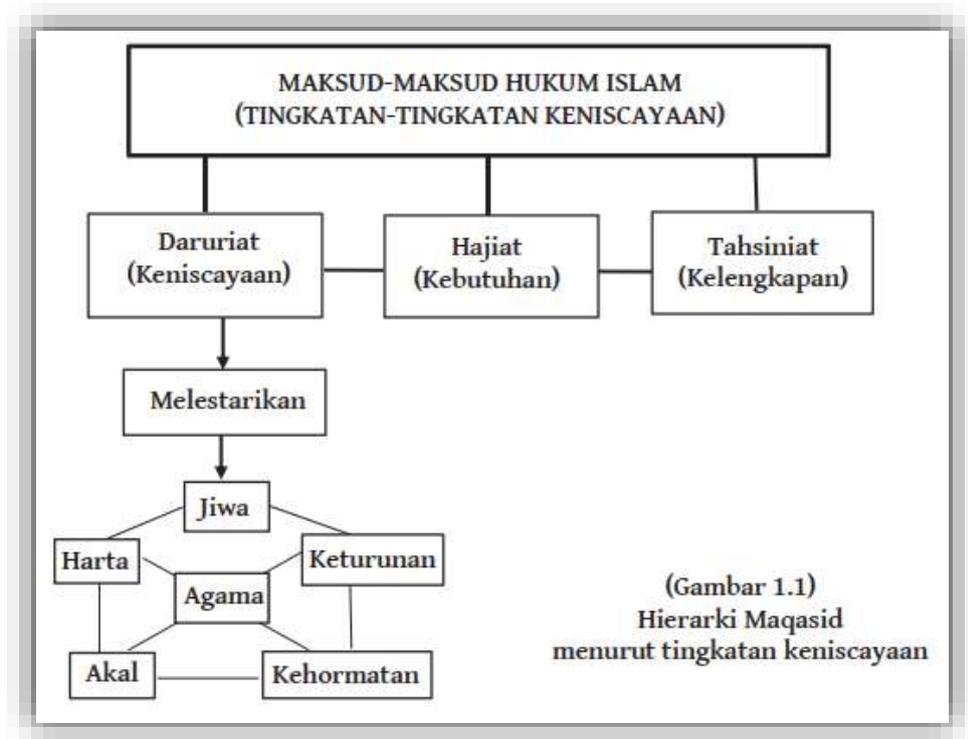
Dalam konteks penelitian ini, bisa jadi niat pelaku usaha untuk mendapatkan sertifikat halal adalah mengamalkan ajaran Islam yang bernilai ibadah. Bisa juga berniat semata-mata untuk mendapatkan keuntungan finansial, sebagaimana pelaku usaha non-muslim yang tetap mendaftarkan sertifikat halal atas produk makanan dan minumannya.

## 2. *Maqashid Syariah* sebagai Representasi Sikap

*Maqashid Syariah* merupakan tujuan-tujuan utama syariat Islam. Secara global, *Maqashid Syariah* menurut Imam al-Qarafi (w. 1285H/1868 M) adalah mengantarkan pada pemenuhan kemaslahatan atau menghindari kemudharatan. Secara spesifik, *Maqashid Syariah* terbagi menjadi tiga tingkatan. *Pertama*, keniscayaan (*dharuriyyat*), yaitu hal-hal yang esensial bagi kehidupan manusia. *Kedua*, kebutuhan (*hajiyyat*), yaitu hal-hal yang dibutuhkan, namun kurang esensial bagi kehidupan manusia. *Ketiga*, kelengkapan (*tahsiniyyat*), yaitu hal-hal yang memperindah kehidupan manusia (Auda, 2015).

Selanjutnya, *dharuriyyat* terbagi menjadi lima: perlindungan agama (*hifzh al-din*); perlindungan jiwa-raga (*hifzh al-nafs*); perlindungan akal (*hifzh al-'aql*); perlindungan keturunan (*hifzh al-nasl*); dan perlindungan

harta (*hifzh al-mal*). Beberapa pakar Ushul Fikih menambahkan satu lagi: perlindungan kehormatan (*hifzh al-'irdh*) (Auda, 2015).



**Gambar 1 Hierarki Maqashid Syariah**

Dalam konteks penelitian ini, sikap ideal seorang muslim dalam memandang untung dan rugi, adalah berdasarkan pertimbangan *Maqashid Syariah*. Artinya, jika suatu perilaku dinilai selaras dengan *Maqashid Syariah*, maka perilaku tersebut dinilai mendatangkan keuntungan. Namun, jika suatu perilaku dinilai bertentangan dengan *Maqashid Syariah*, maka perilaku tersebut dinilai mendatangkan kerugian. Jadi, keuntungan dan kerugian dalam perspektif Islam, tidak semata-mata didasarkan pada penilaian pragmatis-duniawi, melainkan juga didasarkan pada penilaian idealis-ukhrawi. Misalnya, mendapatkan ridha Allah SWT dan pahala surga, serta terhindar dari murka Allah SWT dan siksa neraka.

### 3. Hukum Islam sebagai Representasi Norma Subyektif

Hukum Islam terbagi menjadi dua. *Pertama*, hukum *taklifi*. Yaitu hukum yang menuntut seorang mukallaf untuk mengerjakan, meninggalkan dan memilih antara mengerjakan atau meninggalkannya. Ada lima jenis hukum *taklifi* yakni, wajib, sunnah, mubah, makruh dan haram.

- a. **Wajib.** Yaitu hukum yang dituntut secara tegas oleh Syariat Islam agar dikerjakan oleh seorang mukallaf. Oleh sebab itu, orang yang mengerjakannya dipuji (diberi pahala), sedangkan orang yang meninggalkannya dicela (disiksa). Misalnya: Wajib mengonsumsi makanan dan minuman yang halal.
- b. **Sunnah.** Yaitu hukum yang dituntut secara tidak tegas oleh Syariat Islam agar dikerjakan oleh seorang mukallaf. Oleh sebab itu, orang yang mengerjakannya dipuji (diberi pahala), sedangkan orang yang meninggalkannya tidak dicela (tidak disiksa). Misalnya: Sunah makan dan minum dengan memakai tangan kanan.
- c. **Mubah.** Yaitu hukum yang diperkenankan memilih oleh Syariat Islam agar dikerjakan atau ditinggalkan oleh seorang mukallaf. Oleh sebab itu, orang yang melakukan maupun yang meninggalkan, sama-sama tidak mendapatkan pujian (pahala) maupun celaan (siksa). Misalnya: Hukum asal makan dan minum adalah mubah.

- d. Makruh. Yaitu hukum yang dituntut secara tidak tegas oleh Syariat Islam agar ditinggalkan oleh seorang mukallaf. Oleh sebab itu, orang yang meninggalkannya dipuji (diberi pahala), sedangkan orang yang melakukannya tidak dicela (tidak disiksa). Misalnya: Makruh meniup makanan atau minuman yang masih panas.
- e. Haram. Yaitu hukum yang dituntut secara tegas oleh Syariat Islam agar ditinggalkan oleh seorang mukallaf. Oleh sebab itu, orang yang meninggalkannya dipuji (diberi pahala), sedangkan orang yang melakukannya dicela (disiksa). Misalnya: Makan babi dan minum khamr.

*Kedua*, hukum *wadh'i*. Yaitu hukum berupa pernyataan yang ditujukan kepada seluruh hamba –mukallaf maupun tidak mukallaf– yang dikaitkan dengan sebab, syarat, penghalang (*mani'*), sah-batal, *rukhsah-azimah*, dan sebagainya (Rosidin, 2021).

Dalam konteks penelitian ini, hukum Islam merupakan norma subyektif yang bersifat vertikal, karena berasal dari Allah SWT dan Rasulullah SAW sebagai *Hakim* yang berposisi superior (atasan); sedangkan umat manusia sebagai *Mahkum 'Alaih* yang berposisi inferior (bawahan). Di sisi lain, pengamalan hukum Islam dalam kehidupan sehari-hari juga mencerminkan norma subyektif yang bersifat horizontal. Misalnya, apabila seorang muslim menaati hukum Islam, maka akan dinilai positif oleh umat muslim di lingkungan sekitarnya. Sebaliknya, apabila

seorang muslim mendurhakai hukum Islam, maka akan dinilai negatif oleh umat muslim di lingkungan sekitarnya.

#### 4. *Ahliyyah* sebagai Representasi Kontrol Perilaku

Menurut bahasa, *ahliyyah* berarti kecakapan menangani sesuatu urusan. Menurut istilah, *ahliyyah* adalah suatu sifat yang dimiliki seseorang, yang dijadikan ukuran oleh *Syari'* (pembuat hukum; Allah SWT dan Rasulullah SAW) untuk menentukan seseorang telah cakap untuk dikenai tuntutan syariat (*taklif*). Dengan kata lain, *ahliyyah* adalah sifat yang menunjukkan seseorang itu telah sempurna jasmani dan akalinya, sehingga seluruh tindakannya dinilai sah oleh syariat (Jumantoro, 2005).

Para ahli Ushul Fikih membagi *ahliyyah* menjadi dua. *Pertama*, *ahliyyah al-wujub*. Yaitu sifat kecakapan seseorang untuk menerima hak-haknya, tetapi belum cakap untuk dibebani seluruh kewajiban. Lebih lanjut, *ahliyyah al-wujub* terbagi menjadi dua:

- a. *Ahliyyah al-Wujub al-Naqishash* (hak menerima yang belum sempurna). Jenis *ahliyyah* ini dimiliki oleh janin yang masih berada di kandungan ibunya. Alasannya, hak-hak yang seharusnya diterima oleh janin, belum bisa menjadi miliknya, sebelum janin tersebut lahir ke dunia dengan selamat, walau hanya sesaat. Apabila janin telah lahir ke dunia, maka hak-hak yang dia terima, menjadi miliknya. Misalnya: hak keturunan (nasab) dari ayahnya; hak waris dari ahli warisnya; hak wasiat dan harta wakaf yang ditujukan kepadanya.

- b. *Ahliyyah al-Wujub al-Kamilah* (hak menerima yang sudah sempurna). Jenis *ahliyyah* ini dimiliki oleh manusia sejak lahir ke dunia, hingga meninggal dunia, sekalipun akalinya masih kurang, seperti orang gila. Misalnya: orang gila tetap berhak mendapatkan bagian warisan dari ahli warisnya.

*Kedua, ahliyyah al-ada'*. Yaitu sifat kecakapan bertindak hukum seseorang yang telah dianggap sempurna untuk mempertanggungjawabkan seluruh perbuatannya, baik yang bersifat positif maupun negatif. *Ahliyyah al-ada'* juga terbagi menjadi dua:

- a. *Ahliyyah al-Ada' al-Naqishah* (kewajiban menunaikan yang belum sempurna). Misalnya: Anak kecil dan orang gila tidak tergolong *mukallaf*, karena anak kecil belum dewasa (*baligh*), sedangkan orang gila tidak berakal (*'aqil*), sehingga anak kecil dan orang gila, tidak dibebani tuntutan syariat (*taklif*).
- b. *Ahliyyah al-Ada' al-Kamilah* (kewajiban menunaikan yang sudah sempurna). Misalnya: Orang dewasa yang berakal sehat (*'aqil-baligh*) tergolong *mukallaf*, sehingga dibebani tuntutan syariat (*taklif*) (Totok Jumantoro, 2005).

Pelaku usaha yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah orang-orang mukallaf yang menyandang status *Ahliyyah al-Wujub al-Kamilah* dan *Ahliyyah al-Ada' al-Kamilah*. Oleh sebab itu, mereka dinilai sudah memiliki kemampuan untuk melakukan pendaftaran sertifikasi halal atas produk makanan dan minumannya. Namun, bisa jadi mereka mengalami hambatan-

hambatan yang mempengaruhi intensi mereka untuk mendaftarkan sertifikat halal atas produk makanan dan minumannya. Misalnya, tidak mengetahui prosedur pendaftaran maupun terkendala besarnya biaya pendaftaran sertifikat halal.

#### 5. Amal sebagai Representasi Perilaku

Al-Qur'an menyebut "perilaku" dalam banyak istilah. Antara lain, istilah *amal* dengan berbagai variasinya, yang disebutkan sebanyak 360 kali dalam 313 ayat. Kata *amal*, seringkali diberi atribut *shalih*, sehingga umat muslim familiar dengan istilah *amal shalih*. Misalnya, Surat al-'Ashr [103]: 3 (Al-Baqi, 2007).

Amal shalih mencerminkan ketaatan umat muslim. Wujudnya adalah melakukan apa saja yang diperintahkan oleh syariat Islam, dan meninggalkan apa saja yang dilarang oleh syariat Islam. Misalnya, Islam melarang umat muslim untuk mengharamkan makanan dan minuman yang halal; serta memerintahkan umat muslim agar mengonsumsi makanan dan minuman yang halal (Q.S. al-Ma'idah [5]: 87-88).

Dalam konteks penelitian ini, apabila pelaku usaha mikro telah mendaftarkan sertifikat halal atas produk makanan dan minumannya, maka dia dinilai telah melakukan amal shalih, karena telah berpartisipasi dalam melestarikan dan mengembangkan syariat Islam dalam konteks kuliner halal. Akan tetapi, apabila pelaku usaha mikro belum mendaftarkan sertifikat halal atas produk makanan dan minumannya, maka tidak otomatis dinilai berdosa, karena sertifikat halal berposisi sebagai faktor *de jure* (legal-

formal) yang memperkuat status kehalalan produk makanan dan minumannya. Hal yang terpenting adalah faktor *de facto* (fakta senyatanya) yang menjamin kehalalan produk makanan dan minumannya.

### **C. Sertifikasi Halal Produk Makanan dan Minuman**

Sertifikat halal adalah sebuah pengakuan yang dikeluarkan untuk membuktikan kehalalan produk yang dikeluarkan oleh BPJPH (Badan Penyedia Jaminan Produk Halal) berlandaskan pada fatwa tertulis yang diterbitkan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI). Pelaku usaha bisa berupa perseorangan atau badan usaha. Jika orang atau badan usaha sudah menerima sertifikat halal, maka usaha miliknya bisa mencantumkan label halal pada produk yang dimiliki. Ketersediaan produk halal adalah usaha pemerintah dalam menjamin produk yang beredar di masyarakat halal sesuai syariat Islam, dimulai dari penyediaan bahan, pengelolaan, penyimpanan, pengemasan, pendistribusian, penjualan dan penyajian (Undang-Undang Jaminan Produk Halal, 2014).

Syarat yang harus terpenuhi dalam mendaftarkan produk untuk mendapatkan sertifikat halal, sesuai dengan UU RI Nomor 33 Tahun 2014 tentang jaminan produk halal adalah:

*Pertama*, Bahan yang diteliti dalam Proses Produk Halal (PPH) adalah bahan baku, bahan olahan, dan bahan penolong.

*Kedua*, Bahan yang diteliti juga berasal dari bahan hewan, tumbuhan, mikroba dan bahan yang melalui proses kimiawi, biologi dan rekayasa genetik.

*Ketiga*, Bahan harus halal menurut syariat Islam (bukan bangkai, darah, babi, hewan yang tidak disembelih sesuai dengan syariat Islam, tidak memabukkan, membahayakan dan tidak terkontaminasi bahan haram).

Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 39 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Bidang Jaminan Produk Halal (Peraturan Pemerintah (PP) Jaminan Produk Halal, 2021) selanjutnya dijelaskan dalam Keputusan Kepala Bidang Penyelenggaraan Jaminan Produk Halal Nomor 141 Tahun 2021 tentang Penetapan Tarif Layanan Badan Layanan Umum Badan Penyelenggaraan Jaminan Produk Halal (Penetapan Tarif Layanan Badan Layanan Umum Badan Penyelenggaraan Jaminan Produk Halal, 2021) yang merupakan tindak lanjut dari Peraturan Menteri Keuangan No. 57 tahun 2021 tentang Tarif Layanan BLU BPJPH yang diundangkan pada 4 Juni 2021 dan juga sebagai tindak lanjut dari Peraturan Pemerintah Nomor 39 tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Jaminan Produk Halal. Adanya tarif yang sudah ditetapkan sebagai wujud jaminan kepastian tarif dan transparansi biaya layanan sertifikasi halal di Indonesia.

Jenis tarif ada dua, yakni tarif layanan utama dan tarif penunjang. Tarif layanan utama meliputi biaya untuk sertifikasi barang dan jasa; akreditasi Lembaga Pemeriksa Halal (LPH); registrasi auditor halal; layanan pelatihan auditor dan penyelia halal, serta sertifikasi kompetitor auditor dan penyelia halal. Sedangkan layanan tarif penunjang meliputi biaya penggunaan lahan ruangan, gedung dan bangunan; penggunaan peralatan dan mesin; penggunaan laboratorium; dan penggunaan kendaraan bermotor.

Nominal biaya yang ditetapkan adalah sebagai berikut:

1. Permohonan sertifikasi halal:
  - a. Usaha mikro dan kecil Rp300.000.
  - b. Usaha menengah Rp5.000.000.
  - c. Usaha besar/berasal dari luar negeri Rp12.500.000.
2. Permohonan perpanjangan sertifikasi halal:
  - a. Usaha mikro dan kecil Rp200.000.
  - b. Usaha menengah Rp2.400.000.
  - c. Usaha besar/berasal dari luar negeri Rp5.000.000.
3. Registrasi sertifikasi kehalalan luar negeri Rp800.000.

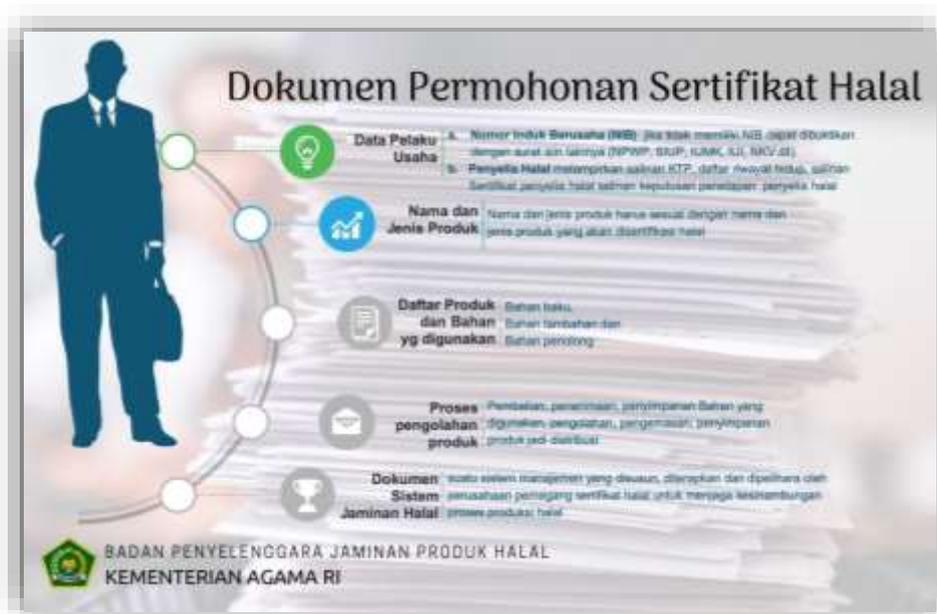
Tarif biaya pemeriksaan kehalalan produk oleh Lembaga Pemeriksa Halal (LPH) untuk Usaha Mikro dan Kecil makanan dan minuman adalah Rp350.000, dilihat dari kategori pangan olahan dan restoran/katering/kantin.

Faktanya, ada juga permohonan sertifikasi halal yang tidak berbiaya (nol rupiah) dengan pertimbangan kemampuan negara. Biaya layanan yang gratis ini dengan syarat: Pelaku usaha berasal dari APBN, APBD, pembiayaan alternatif UMK, pembiayaan dari dana kemitraan, bantuan hibah pemerintah atau lembaga lain, dana bergulir, atau sumber lain yang tidak mengikat (*self declare*).

Adapun alur pengurusan dan dokumen kelengkapannya terkait Sertifikasi halal sebagaimana gambar berikut ini:



Gambar 2 Alur Proses Sertifikasi Halal



Gambar 3 Dokumen Permohonan Sertifikasi Halal

Dalam konteks penelitian ini, prosedur pendaftaran maupun besaran biaya pendaftaran, bisa menjadi faktor yang mempengaruhi intensi pelaku usaha untuk mendapatkan sertifikat halal atas produk makanan dan minumannya, terutama dalam konteks perilaku kontrol yang terkait kemampuan dan hambatan.

#### **D. Usaha Mikro**

Istilah Usaha Mikro sering bergandengan dengan singkatan UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah), untuk menyebut usaha di bidang ekonomi yang dimiliki oleh seseorang atau badan usaha, sesuai dengan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 (Undang-Undang UMKM, 2008). Selanjutnya akan dipaparkan usaha mikro dari beberapa perspektif.

##### **1. Usaha Mikro Menurut Undang-Undang**

UMKM bisa dijalankan oleh perseorangan, rumah tangga atau badan usaha kecil, dengan kriteria berdasarkan omzet per tahun, jumlah kekayaan aset dan jumlah pegawai (Wikipedia, n.d.). Kriteria UMKM menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah adalah sebagai berikut:

- a. Usaha Mikro adalah usaha ekonomi produktif milik perseorangan atau badan usaha perseorangan. Dengan kriteria memiliki kekayaan bersih >Rp50.000.000 (tidak termasuk tanah dan bangunan); serta hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000.

- b. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif milik perseorangan atau badan usaha yang bukan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar. Dengan kriteria kekayaan bersih >Rp50.000.000 sampai dengan Rp500.000.000 (tidak termasuk tanah dan bangunan), serta hasil penjualan tahunan >Rp300.000.000 sampai dengan Rp2.500.000.000.
- c. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif milik perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian langsung maupun tidak langsung dari Usaha Kecil dan Usaha Besar. Dengan kriteria kekayaan bersih >Rp500.000.000 hingga maksimal Rp10.000.000.000 (tidak termasuk tanah dan bangunan), serta hasil penjualan tahunan >Rp2.500.000.000 sampai dengan Rp50.000.000.000.

Dalam konteks penelitian ini, UMKM yang menjadi fokus adalah Usaha Mikro di Kabupaten Malang. Apalagi pemerintah Kabupaten Malang sudah menunjukkan dukungan terhadap perkembangan Usaha Mikro, melalui Kepo Fest 2022 yang menggandeng Bank Jatim untuk menyediakan kredit usaha tanpa bunga, karena bunga akan dibebankan kepada pemerintah Kabupaten Malang (Aminah, 2022). Kebijakan pemerintah Kabupaten Malang ini selaras dengan saran penelitian Saadiah (2019) bahwa

pemerintah perlu memberikan akses pemodalannya untuk usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) (Saadiyah, 2019). Implikasinya, pelaku Usaha Mikro berpotensi memiliki kemampuan finansial untuk mendaftarkan sertifikat halal atas produk makanan dan minumannya.

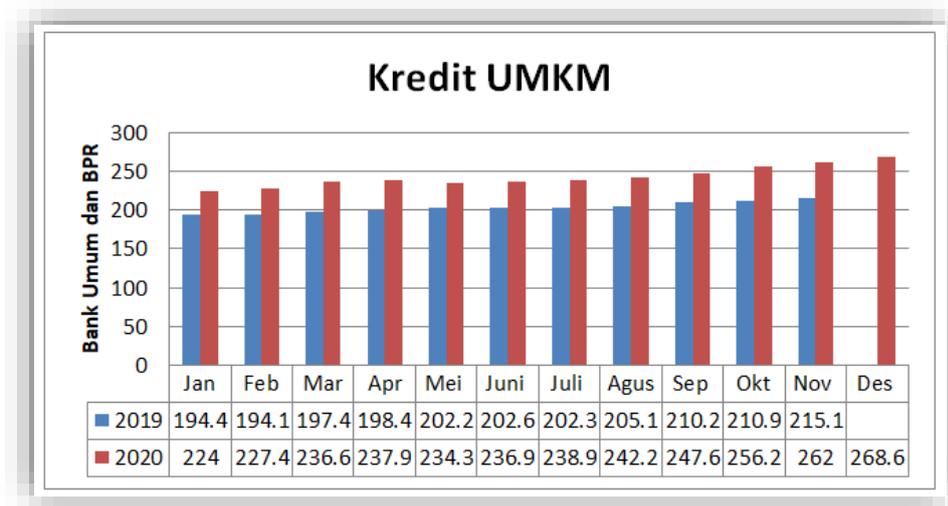
## 2. Usaha Mikro Menurut BPS

Menurut BPS (Badan Pusat Statistik), Usaha Mikro diartikan sebagai suatu unit ekonomi yang melakukan aktivitas dalam perekonomian, baik dalam bidang jasa atau barang, untuk ditukar atau dijual kepada seseorang atau lebih, dan ada yang bertanggung jawab atas pengelolaan hal itu tersebut (BPS, 2021b).

Usaha Mikro yang memproduksi makanan dan minuman, termasuk kategori industri pengolahan. Definisi industri pengolahan adalah suatu unit ekonomi yang melakukan kegiatan dalam mengubah barang secara mekanis, kimia atau dengan tangan, sehingga menjadi barang jadi atau setengah jadi, atau barang yang kurang nilainya menjadi lebih tinggi nilainya, dan sifatnya bisa lebih dekat kepada pemakai terakhir (BPS, 2021a).

BPS mengelompokkan industri kecil atau mikro berdasarkan jumlah tenaga kerjanya. Yaitu industri mikro memiliki tenaga kerja sebanyak 1 sampai 4 orang, sedangkan industri kecil memiliki tenaga kerja sebanyak 5 sampai 19 orang. Jadi, kategorisasi BPS ini tidak didasarkan penggunaan mesin atau manual, maupun besar-kecilnya modal usaha.

Berdasarkan data BPS, terjadi peningkatan jumlah kredit yang diambil oleh pelaku UMKM Makanan dan Minuman pada periode tahun 2019-2020.



**Gambar 4 Data Kredit UMKM Tahun 2019-2020**

Dalam konteks penelitian ini, kategorisasi UMKM menurut BPS berdasarkan kuantitas tenaga kerjanya, akan dijadikan sebagai acuan untuk menentukan Usaha Mikro yang menjadi populasi dan sampel penelitian.

### 3. Usaha Mikro Menurut Bank Indonesia

Usaha Mikro termasuk UMKM. Bank Indonesia memaparkan ciri-ciri UMKM dalam Buku Lembaga Pengembangan Perbankan Indonesia tahun 2015 (Bank Indonesia, 2015) dari berbagai perspektif berikut ini:

#### a. Perspektif Usaha

Dari perspektif usaha, UMKM diklasifikasikan menjadi empat:

- 1) UMKM sektor informal, seperti pedagang kaki lima;
- 2) UMKM Mikro, seperti pemilik UMKM yang memiliki kemampuan, namun masih kurang mengembangkan usahanya;
- 3) Usaha Kecil Dinamis, seperti UMKM yang sudah mampu menjalin kerjasama dalam ekspor;

*Fast Moving Enterprise*, seperti UMKM yang siap bertransformasi menjadi usaha besar.

b. Perspektif Karakteristik

Bank Indonesia menyajikan karakteristik Usaha Mikro, Kecil dan Menengah secara terperinci, sebagaimana tabel di bawah ini:

**Tabel 3 Karakteristik UMKM Menurut BI**

Ukuran Usaha	Karakteristik
Usaha Mikro	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jenis barang/komoditi tidak selalu tetap, sewaktu-waktu bisa berubah</li> <li>• Tempat usaha tidak selalu sama, sewaktu-waktu bisa berubah</li> <li>• Belum melakukan administrasi keuangan sederhana yang baik</li> <li>• Tidak memisahkan keuangan keluarga dengan usahanya</li> <li>• Sumber daya manusia belum mempunyai jiwa usaha yang mumpuni</li> <li>• Pendidikan rata-rata sangat rendah</li> <li>• Umumnya belum akses ke perbankan, namun sebagian ke lembaga keuangan non-bank</li> <li>• Umumnya tidak memiliki izin usaha atau persyaratan legalitas lainnya, termasuk NPWP</li> <li>• Contoh: Usaha kaki lima di pasar.</li> </ul>
Usaha Kecil	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jenis barang/komoditi tidak mudah berubah dan cenderung tetap</li> <li>• Tempat usaha cenderung menetap atau tidak berpindah-pindah</li> <li>• Pada umumnya sudah memiliki administrasi keuangan sederhana yang baik</li> </ul>

Ukuran Usaha	Karakteristik
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Keuangan keluarga dan perusahaan dipisahkan.</li> <li>• Membuat neraca usaha</li> <li>• Sudah memiliki izin usaha dan legalitas lainnya termasuk NPWP</li> <li>• Sumber daya manusia sudah berpengalaman berwirausaha</li> <li>• Sebagian sudah memiliki akses pada perbankan untuk keperluan modal</li> <li>• Sebagian besar belum bisa membuat <i>business planning</i></li> <li>• Contoh: pedagang di pasar grosir.</li> </ul>
Usaha Menengah	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sudah memiliki manajemen dan organisasi yang baik</li> <li>• Pembagian tugas jelas, seperti ada bagian keuangan, pemasaran dan produksi</li> <li>• Sudah melakukan manajemen keuangan dengan menerapkan sistem akuntansi yang teratur, sehingga memudahkan auditing dan penilaian atau pemeriksaan, termasuk oleh perbankan</li> <li>• Sudah melakukan aturan atau pengelolaan dan organisasi perburuhan</li> <li>• Sudah memiliki persyaratan legalitas, antara lain izin tetangga</li> <li>• Sudah memiliki akses pada sumber pendanaan di bank</li> <li>• Umumnya sudah memiliki sumberdaya manusia yang terlatih dan terdidik</li> <li>• Contoh: usaha pertambangan batu gunung untuk marmer.</li> </ul>

c. Perspektif Akomodasi

Dari perspektif akomodasinya, UMKM memiliki karakteristik berikut ini: 1) Kualitas belum standar, karena masih belum memiliki peralatan yang memadai (sebagian besar). Hasil produksinya masih *handmade*, sehingga standar kualitasnya masih beragam; 2) Desain produknya masih terbatas, karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman sumber daya manusianya terkait produk; 3) Jenis produknya masih terbatas, karena biasanya memproduksi beberapa jenis produk; 4) Kapasitas dan daftar harga produk yang terbatas, sehingga menyulitkan konsumen untuk kepastian harga; 5) Bahan baku kurang standar, karena diperoleh dari sumber-sumber yang berbeda; 6) kontinuitas produk kurang terjamin dan kurang sempurna, karena produksinya belum teratur dan masih apa adanya.

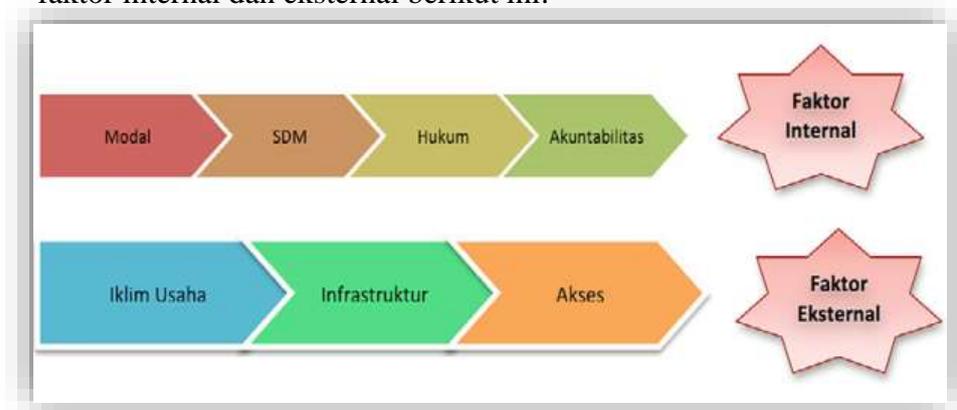
d. Perspektif Peluang

UMKM tidak hanya berpeluang di kota-kota besar, melainkan juga di desa-desa kecil. Berikut argumentasinya: 1) UMKM menjadi unit usaha yang memberikan perluasan ekonomi kepada masyarakat, pemerataan dan peningkatan pendapatan, mendorong pertumbuhan ekonomi dan mewujudkan stabilitas nasional; 2) UMKM terbukti mampu bertahan dalam guncangan ekonomi pada tahun 1998 dan 2008-2009; 3) UMKM menciptakan lapangan kerja baru dan dapat meningkatkan pendapatan rumah tangga; 4) UMKM memberikan

kontribusi positif dalam menyelesaikan masalah-masalah ekonomi dan sosial yang dihadapi negara, seperti tingginya angka kemiskinan, ketimpangan distribusi pendapatan, pembangunan yang tidak merata, serta urbanisasi.

e. Perspektif Kendala

Kendala-kendala yang harus dihadapi oleh UMKM berasal dari faktor internal dan eksternal berikut ini:



**Gambar 5 Kendala Internal dan Eksternal UMKM**

Faktor internal yang menjadi kendala UMKM antara lain: 1) Modal. Indikatornya, sekitar 60-70% UMKM belum memiliki akses untuk pembiayaan perbankan, karena terkendala geografis maupun administratif; 2) Sumber Daya Manusia (SDM). Misalnya, kurangnya pengetahuan terkait teknologi produksi dan *quality control* terbaru; belum tajam dalam membaca kebutuhan pasar; pemasaran masih sederhana (*mouth to mouth marketing*); belum bisa melibatkan banyak tenaga kerja, karena keterbatasan finansial untuk gaji; dan kurang ada rencana jangka panjang, karena pemilik usaha masih terlibat dalam hal-hal teknis; 3) Pada umumnya UMKM masih

berbadan hukum perorangan; 4) Banyak UMKM yang belum mempunyai sistem administrasi keuangan dan manajemen yang baik.

Sedangkan faktor eksternal yang menjadi kendala UMKM antara lain: 1) Iklim usaha yang belum kondusif. Misalnya, minim koordinasi antar *stakeholders* UMKM; lembaga pemerintah, institusi pendidikan, lembaga keuangan dan asosiasi usaha yang masih egois dengan berjalan sendiri-sendiri; belum memiliki legalitas badan usaha dalam hal perizinan; peletakan lokasi usaha; biaya transaksi maupun usaha yang tinggi; serta kebijakan pendanaan yang tidak ramah terhadap UMKM; 2) Infrastruktur. Misalnya, keterbatasan sarana dan prasarana yang berhubungan dengan alat-alat teknologi, sehingga banyak UMKM yang masih menggunakan alat-alat manual yang sederhana. 3) Akses. Misalnya, bahan baku yang digunakan masih rendah, karena keterbatasan akses pada bahan baru yang berkualitas; akses teknologi yang dikuasai oleh perusahaan besar, sehingga dapat mempersulit UMKM; serta belum bisa mengimbangi selera konsumen yang relatif cepat berubah, sehingga sering tertindih oleh perusahaan yang bermodal besar.

Dalam konteks penelitian ini, penjelasan Bank Indonesia terkait faktor internal dan eksternal yang menjadi kendala UMKM, akan dijadikan sebagai perspektif teoretis terkait hambatan yang dialami oleh pelaku usaha untuk mendaftarkan sertifikat halal atas produk makanan dan minumannya.

#### 4. Usaha Mikro Menurut Bank Dunia (*World Bank*)

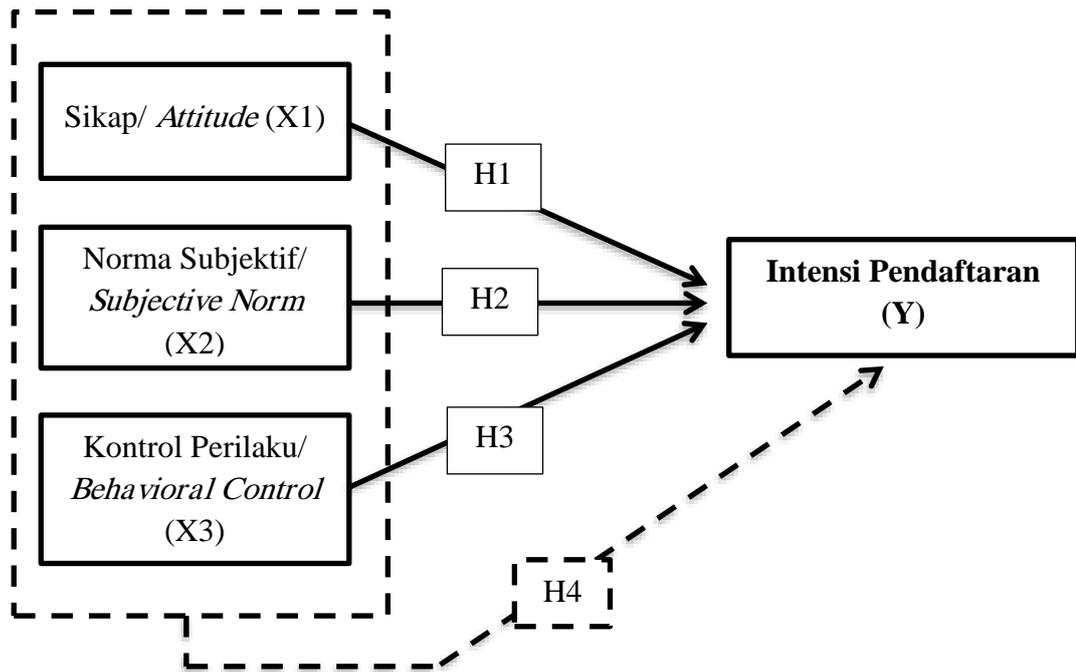
Menurut *World Bank*, Usaha Mikro memainkan peran utama di sebagian besar perekonomian suatu negara, khususnya negara berkembang, seperti Indonesia. Usaha Mikro dan Usaha Kecil telah menciptakan lapangan pekerjaan dalam pembangunan ekonomi global. Pada tataran negara berkembang, Usaha Mikro Kecil menciptakan 7 dari 10 pekerjaan. Namun, akses ke keuangan (perbankan) masih memiliki kendala. Usaha Mikro Kecil cenderung tidak memperoleh pinjaman dari bank, sehingga harus mengandalkan dana internal dari teman, keluarga dan pribadi untuk menciptakan dan menjalankan usaha mereka (Bank, 2023).

*World Bank* melakukan langkah inovatif dengan membuka sumber modal dengan pendekatan holistik, menggabungkan layanan konsultasi dan pinjaman kepada klien, untuk meningkatkan kontribusi usaha mikro dalam perekonomian. Langkah ini sudah dilakukan di beberapa negara, seperti Lebanon dengan proyek iSME (*Innovative Small and Medium Enterprises*), yaitu pinjaman investasi senilai USD 30 juta. Hasilnya, 60 usaha mikro dari 174 usaha mikro yang menjadi penerima pinjaman investasi tersebut, telah berhasil mengumpulkan total USD 13,1 juta. Jumlah ini senilai dengan rasio 5,3 kali lipat dibandingkan hasil usaha mikro sebelum adanya program pinjaman investasi tersebut.

Dalam konteks penelitian ini, bantuan pembiayaan yang diberikan oleh pihak eksternal seperti *World Bank*, dapat meningkatkan kemampuan pelaku usaha mikro, terutama dalam konteks memenuhi kebutuhan biaya

yang ditetapkan untuk pendaftaran sertifikat halal atas produk makanan dan minumannya.

### E. Kerangka Berpikir



Gambar 6 Kerangka Berpikir

### F. Hubungan Antar Variabel

1. Hubungan antara sikap/*attitude* terhadap intensi pendaftaran sertifikasi halal produk makanan dan minuman di Kabupaten Malang

Sertifikasi halal dapat dilihat dari berbagai pendekatan salah satunya dari pendekatan. Salah satunya pendekatan proaktif yang mengacu pada pendekatan internal yakni lebih ke bagaimana keinginan untuk memperbaiki atau meningkatkan apa yang mereka miliki (Giyanti et al., 2021); (Rachmawati, 2017). Sama halnya dengan yang dilakukan oleh

Ahmad (2017) (A.N. Ahmad, 2017); (Said & Iskandar, 2020); (Vernanda et al., 2019); (Syamsuri, 2019) mengungkapkan bahwa faktor internal seperti sikap dapat mempengaruhi strategi bisnis dalam pendaftaran sertifikasi halal. Pada konteks UKM manufaktur makanan juga menyoroti pengaruh signifikan dalam motivasi pemilik UKM terhadap perolehan sertifikasi halal di Indonesia (Wahab, 2016). Penelitian oleh Rachmawati (2017) bahwa peningkatan penjualan atau keuntungan, penawaran keamanan dalam konsumsi produk, perluasan dan kesadaran diri pemilik usaha menjadi faktor yang signifikan dalam keputusan UKM di Jabodetabek Indonesia untuk mendapatkan sertifikasi halal (Rachmawati, 2017); (Listyoningrum & Albari, 2017).

Jika dilihat dari sisi lain seperti diatas ternyata sudah ada penelitian yang mengkaji terkait hubungan antara sikap yang bersumber dari diri sendiri menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi intensi pendaftaran sertifikasi halal. Berdasarkan uraian diatas maka penelitian ini merumuskan hipotesis sebagai berikut:

- H1 : Hubungan antara sikap/*attitude* terhadap intensi pendaftaran sertifikasi halal produk makanan dan minuman di Kabupaten Malang
2. Hubungan antara norma subjektif/*subjective norm* terhadap intensi pendaftaran sertifikasi halal produk makanan dan minuman di Kabupaten Malang

Sertifikasi halal dapat dilihat dari berbagai pendekatan salah satunya dari pendekatan reaktif. Pendekatan reaktif lebih ke faktor

eksternal seperti pemerintah, masyarakat dan sebagainya (Giyanti et al., 2021); (Syamsuri, 2019). Hal ini juga dilakukan oleh Ab Talib et al., (2017), Vernanda et al., (2019) dan Zailani (2015) dengan menghubungkan faktor eksternal dalam *subjective norm* sebagai terhadap niat yang mendorong dalam pendaftaran sertifikasi halal di Malaysia (Ab Talib et al., 2017); (Vernanda et al., 2019); (Zailani, 2015). Pernyataan ini juga mengemukakan bahwa tekanan dari luar seperti motivasi dan peraturan pemerintah juga mempengaruhi secara signifikan untuk mendaftarkan sertifikasi halal pada produk mereka (Ab Talib et al., 2017); (A.N. Ahmad, 2017); (Listyoningrum & Albari, 2017); (Wahab, 2016). Namun pada penelitian yang dilakukan oleh Said & Iskandar (2020) bahwa antara *subjective norm* terhadap intensi tidak memiliki pengaruh (Said & Iskandar, 2020).

Jika dilihat seperti diatas ternyata sudah ada penelitian sebelumnya yang membahas terkait hubungan antara *subjective norm* yang bersumber dari eksternal diri menjadi salah satu faktor dalam pendaftaran sertifikasi halal produk makanan dan minuman. Berdasarkan uraian diatas maka penelitian ini merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H2 : Hubungan antara norma subjektif/*subjective norm* terhadap intensi pendaftaran sertifikasi halal produk makanan dan minuman di Kabupaten Malang

3. Hubungan antara kontrol perilaku/*behavior control* terhadap intensi pendaftaran sertifikasi halal produk makanan dan minuman di Kabupaten Malang

Kontrol perilaku/*behavior control* yakni kontrol diri terhadap apa yang bisa dan tidak bisa dirinya lakukan dengan melihat apa yang dialami orang lain. Pada penelitian oleh Amaliatus Sholihah (2020) ada beberapa faktor yang mempengaruhi tekendalanya pelaku UMKM dalam melakukan sertifikasi halal yaitu financial, keterbatasan informasi dan kurangnya relasi (Amaliatus Sholihah, 2020). Hal ini bisa dikatakan bahwa hubungan *behavior control* dengan intensi berpengaruh positif (Said & Iskandar, 2020), (Vernanda et al., 2019), (Syamsuri, 2019) dan (Listyoningrum & Albari, 2017). Berbanding terbalik jika didukung oleh ketiga hal tadi maka akan memperbesar niat dalam mendaftarkan sertifikasi halal produk mereka. Setiawan (2015) dan Afrina Mu'arrafah (2019) pada penelitiannya mendapatkan hasil bahwa kontrol perilaku tidak berpengaruh pada niat pembelian produk halal (Setiawan & Setyorini, 2015); (Afrina Mu'arrafah, 2019).

Beberapa penelitian yang mengkaji terkait hubungan antara kontrol perilaku/*behavior control* terhadap intensi pendaftaran sertifikasi halal produk makanan berbeda dalam hasil yang ditemukan. Maka penelitian ini merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H3 : Hubungan antara kontrol perilaku/*behavior control* terhadap intensi pendaftaran sertifikasi halal produk makanan dan minuman di Kabupaten Malang

4. Hubungan antara sikap/*attitude*, norma subjektif/*subjective norm* dan kontrol perilaku/*behavior control* terhadap intensi pendaftaran sertifikasi halal produk makanan dan minuman di Kabupaten Malang

Sertifikasi halal adalah standar mutu pangan yang terstruktur dan terdokumentasi. Lebih dari itu sertifikasi halal juga dapat menghasilkan instruksi kerja lebih efektif terkait pengelolaan faktor terkait proses produksi makanan (Giyanti et al., 2021).

Sertifikasi halal juga dilihat dari berbagai pendekatan salah satunya dari pendekatan internal (sikap) (Rachmawati, 2017); (Giyanti et al., 2021); (A.N. Ahmad, 2017); (Wahab, 2016); (Said & Iskandar, 2020); (Vernanda et al., 2019); (Afrina Mu'arrafah, 2019); (Syamsuri, 2019); (Listyoningrum & Albari, 2017) dan eksternal (*subjective norm* dan *behavior control*) (Giyanti et al., 2021); (Wahab, 2016); (Rachmawati, 2017); (A.N. Ahmad, 2017); (Ab Talib et al., 2017); (Listyoningrum & Albari, 2017). Pada hal kontrol perilaku (Amaliatus Sholihah, 2020) ada beberapa faktor pendorong dan penghambat dalam melakukan sertifikasi halal. Sama halnya dengan penelitian Setiawan & Setyorini (2015) yang mendapatkan hasil bahwa kontrol perilaku tidak berpengaruh pada niat pembelian produk halal (Setiawan & Setyorini, 2015); (Afrina Mu'arrafah, 2019); (Said & Iskandar, 2020).

Meskipun sudah banyak yang meneliti terkait sertifikasi halal, namun masih sedikit bahkan belum ada yang meneliti terkait sikap/*attitude*, norma subjektif/*subjective norm* dan kontrol perilaku/*behavior control* terhadap intensi pendaftaran sertifikasi halal produk

makanan dan minuman di Kabupaten Malang yang berfokus sudut pandang minat pengusaha dalam mendaftarkan sertifikasi halal pada produknya serta ada beberapa hasil yang inkonsisten dalam beberapa penelitian terdahulu. Maka dari itu terbentuklah hipotesis sebagai berikut:

H4 : Hubungan antara sikap/*attitude*, norma subjektif/*subjective norm* dan kontrol perilaku/ *behavior control* terhadap intensi pendaftaran sertifikasi halal produk makanan dan minuman di Kabupaten Malang

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Pendekatan dan Jenis Penelitian**

Menurut Maxwell (1996) dalam Herdiansyah, peneliti harus menjelaskan metode apa yang digunakan, beserta alasan menggunakan metode tersebut (Herdiansyah, n.d.).

Penelitian ini menggunakan pendekatan *Explanatory Research* dalam pengujian validitas, sebagai penjas hubungan antar variabel. Hal itu juga untuk memberikan arah dalam korelasi antar variabel (Maharani, 2017). *Explanatory Research* bertujuan menjelaskan hubungan antara variabel satu dengan variabel yang lain. Penelitian ini bertujuan untuk menguji hipotesis yang diajukan oleh peneliti, yang diharapkan dapat menjelaskan hubungan dan pengaruh antar variabel independen dan dependen (Sugiono, 2016).

Sedangkan jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Menurut Arikunto (2002), penelitian kuantitatif adalah penelitian yang banyak menuntut penggunaan angka, dari mulai pengumpulan data, penafsiran data dan hasil (Iswati, 2009).

#### **B. Variabel Penelitian**

Pada penelitian ini menggunakan 3 (tiga) variabel independen dan 1 (satu) variabel dependen sebagai berikut:

1. Variabel dependen (*Dependent Variable*). Yakni variabel yang dipengaruhi oleh variabel lain. Pada penelitian ini, hanya ada satu variabel dependen, yaitu intensi pendaftaran sertifikasi halal.
2. Variabel independen (*Independent Variable*). Yakni variabel yang mempengaruhi variabel dependen atau variabel yang menjadi sebab berubahnya variabel dependen. Pada penelitian ini, ada tiga variabel dependen, yakni sikap/*attitude*, norma subjektif/*subjective norm* dan kontrol perilaku/*behavior control*.

**Tabel 4 Instrumen Penelitian**

<b>Variabel</b>	<b>Definisi</b>	<b>Indikator</b>	<b>Item</b>	<b>Refrensi</b>	<b>Skala</b>
Sikap/ <i>Attitude</i> (X1)	Sikap/ <i>Attitude</i> adalah keyakinan dalam diri seseorang secara positif atau negatif terhadap sebuah perilaku. Bisa terkait hal positif (manfaat) atau negatif(kerugian) ketika mendaftarkan sertifikasi halal pada produk makanan dan minuman	1. Memberikan jaminan produk halal pada konsumen, sesuai syariat Islam	1. Menurut keyakinan saya menjamin kehalalan produk makanan dan minuman sesuai agama Islam memiliki kenyamanan tersendiri	(Neila Ramdhani, 2011:56); (Rachmawati, 2017)	Likert
			2. Saya berkeyakinan kebersihan tempat pengemasan makanan lebih terjamin (dapur/tempat makan/tempat pengolahan)		
			3. Saya berkeyakinan cara mendapatkan bahan-bahan dengan cara halal termasuk tanggung jawab terhaddap konsumen (jual beli/ bertransaksi sesuai anjuran agama)		
		2. Memenangkan persaingan pasar dan penjualan	1. Saya berkeyakinan peningkatan penjualan ketika memiliki sertifikasi halal pada produk makanan / minuman (keuntungan)	(Lutfi Sagusta Putra dan Nurdin, 2018: 15)	
			2. Saya berkeyakinan ketika memiliki sertifikasi halal pada produk makanan / minuman bisa memperluas pangsa pasar produk saya	(Rachmawati, 2017) (Salindal, 2019)	
			3. Saya berkeyakinan ketika memiliki sertifikasi halal pada produk saya	(Ningrum et al., 2020)	

			menjadi nilai tambah bagi produk saya (citra baik produk)		
			4.Saya berkeyakinan memiliki sertifikasi halal pada produk makanan / minuman, tidak menurunkan penjualan saya	(Neila Ramdhani, 2011:56)	
		3. Mendapatkan jaminan keamanan produk oleh pemerintah	1.Saya berkeyakinan memiliki sertifikasi halal pada produk makanan / minuman, akan mendapatkan perlindungan oleh pemerintah dari keraguan pesaing usaha		
			2.Saya berkeyakinan memiliki sertifikasi halal pada produk makanan / minuman, akan mendapatkan perlindungan oleh pemerintah dari keraguan konsumen		
Norma Subjektif/ <i>Subjective Norm</i> (X2)	Norma Subjektif/ <i>Subjective Norm</i> adalah keyakinan yang terdapat pada diri seseorang yang kemudian dipengaruhi secara positif maupun negatif dari lingkungan. Hubungan dengan lingkungan sekitar.	1. Lingkungan yang dianggap penting secara hubungan vertikal	1. Saya mendaftarkan sertifikasi halal produk makanan/minuman karena ajakan/himbauan dari Pemerintah/Dinas terkait	(Neila Ramdhani 2011:56)	Likert
			2. Saya mendaftarkan sertifikasi halal produk makanan/minuman karena ajakan/himbauan dari Ulama/tokoh masyarakat ditempat saya tinggal		
			3. Saya mendaftarkan sertifikasi halal produk makanan/minuman karena ajakan/himbauan dari Orang tua		

		2. Lingkungan yang dianggap penting secara hubungan horizontal	<p>1. Saya mendaftarkan sertifikasi halal produk makanan/minuman karena ajakan/himbauan dari saudara</p> <p>2. Saya mendaftarkan sertifikasi halal produk makanan/minuman karena ajakan/himbauan dari teman</p> <p>3. Saya mendaftarkan sertifikasi halal produk makanan/minuman karena ajakan/himbauan tetangga</p> <p>4. Saya mendaftarkan sertifikasi halal produk makanan/minuman karena ajakan/himbauan media masa (online/offline)</p>		
		3. Lingkungan yang dianggap penting seperti persaingan usaha	<p>1. Saya mendaftarkan sertifikasi halal produk makanan/minuman karena produk lain sudah memiliki sertifikasi halal</p> <p>2. Saya mendaftarkan sertifikasi halal produk makanan/minuman karena menghindari monopoli pasar (hanya produk tertentu yang dominan)</p>	(Giyanti et al., 2021)	
		4. Lingkungan yang dianggap penting seperti tuntutan dari konsumen	1. Saya mendaftarkan sertifikasi halal produk makanan/minuman karena konsumen mulai bertanya akan kehalalan produk saya		

			2. Saya mendaftarkan sertifikasi halal produk makanan/minuman karena konsumen mulai bertanya akan kepemilikan sertifikasi halal		
<b>Kontrol Perilaku/ Behavior Control (X3)</b>	Kontrol Perilaku/ <i>Behavior Control</i> adalah keyakinan dalam diri seseorang yang menentukan perilaku seseorang, baik dari pengalaman pribadi maupun orang lain. Bisa sebagai Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat	1. Adanya faktor pendukung	1. Saya merasa kecepatan waktu pengurusan mendaftarkan sertifikasi halal baik	(Nilawati Nasti, 2021)	Likert
			2. Saya merasa prosedur mendaftarkan sertifikasi halal mudah (tidak berbelit-belit)		
			3. Saya merasa biaya pendaftaran sertifikasi halal murah dan terjangkau (Murah)		
		2. Adanya faktor penghambat	1. Saya merasa waktu pengurusan mendaftarkan sertifikasi halal tidak sebentar (lama)	(Nilawati Nasti, 2021)	
			2. Saya merasa prosedur mendaftarkan sertifikasi halal tidak mudah (sulit)		
			3. Saya merasa biaya pendaftaran sertifikasi halal tidak murah (mahal)		
			4. Saya merasa waktu kepemilikan sertifikasi halal hanya sebentar yakni 5 tahun		

Intensi/ <i>Intention</i> (Y)	Keinginan adalah intensi prediktor terbaik dari perilaku terencana. Intensitas juga bagaimana kesungguhan pelaku usaha mikro untuk mendaftarkan sertifikasi halal atas produknya	1. Keinginan mendaftarkan sertifikasi halal pada produk makanan dan minuman miliknya	1. Saya memiliki keinginan untuk mendaftarkan sertifikasi halal produk makanan atau minuman	(Wikamorys dan Rochmach, 2017)	Likert
			2. Saya sudah dalam proses mendaftarkan sertifikasi halal produk makanan atau minuman		
			3. Saya sudah memiliki sertifikasi halal produk makanan atau minuman		



### C. Populasi dan Sampel

Menurut Bungi (2006), istilah populasi dipakai untuk menyebut sekelompok objek pada sasaran penelitian. Populasi dibedakan menjadi dua, yakni populasi terbatas dan tak terhingga. Penelitian ini menggunakan populasi terbatas yang sudah jelas jumlahnya. Populasi pada penelitian ini adalah masyarakat pemilik usaha mikro di Kabupaten Malang, yang menyandang status UMKM terbanyak se-Jawa Timur (Timur, 2023a). Penelitian ini menggunakan populasi *sampling*, yakni hanya mengambil sampel dari warga yang memiliki usaha mikro makanan dan minuman di Kabupaten Malang.

Sampel merupakan data yang diambil dari sebagian populasi yang diteliti, dengan tujuan menggeneralisasikan hasil penelitian. Pada penelitian sosial, ada hukum kemungkinan (probalilitas), yakni menarik kesimpulan dari populasi *sampling* yang dapat digeneralisasikan pada seluruh populasi (Bungi, 2006). Populasi *sampling* pada penelitian ini adalah seluruh pemilik usaha mikro di Kabupaten Malang, sedangkan sampelnya adalah pemilik usaha mikro yang memproduksi makanan dan minuman, sehingga relevan dengan pendaftaran sertifikasi halal yang menjadi fokus penelitian ini.

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *non probability sampling* jenis *purposive sampling*. Yaitu sebuah proses dalam pengambilan sampel yang menempatkan individu dalam populasi dengan peluang tidak sama, yang ditetapkan menjadi sampel hanyalah individu yang memiliki kriteria yang telah ditetapkan oleh peneliti (Siregar & Harahap, 2019). Alasan penggunaan

teknik ini adalah adanya kriteria khusus yang harus dimiliki oleh sampel, agar relevan dengan fokus penelitian ini.

Ada tiga kriteria yang peneliti tetapkan dalam memilih sampel, sekaligus membatasi populasi dari penelitian ini, yakni: 1) Warga Kabupaten Malang; 2) Memiliki Usaha Mikro; 3) Usaha Mikronya bergerak di bidang makanan dan/atau minuman.

Menurut Sugiono (2019) mengemukakan jika ukuran sampel yang layak dalam suatu penelitian yakni berkisar 30 sampai 500. Lalu apabila dalam analisis multivariate (regresi berganda), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali lipat dari jumlah variabel yang diteliti (Sugiono, 2019). Oleh karena itu, penelitian ini memakai teknik Slovin dalam menghitung ukuran sampel, karena relatif mudah dilakukan dan sinkron dengan pemikiran Sugiono.

Berikut rumus penentuan sampel menurut Slovin:

$$n = \frac{N}{N(d)^2 + 1}$$

Keterangan :

n : Jumlah sampel yang dicari

N : Jumlah Populasi

D : Nilai Presisi (ditentukan dengan (90% atau  $d=0,1$ ))

Aplikasi rumus di atas, menghasilkan jumlah 300 sampel. Sampel tersebut diambil dari lima kecamatan yang sudah bersertifikat dan yang melalui proses dengan jumlah 300 sampel dengan mengambil 5% dari keseluruhan populasi dan juga rumus slovin seperti diatas. Hal ini diperlukan untuk menunjukkan keseriusan intensi pemilik usaha mikro dalam pendaftaran

sertifikasi halal. Dengan diambil lebih dari 20% dari usaha mikro makanan dan minuman di tiap kecamatan. Hal ini dibuktikan dengan temuan data dari Dinas bahwa 5 wilayah tersebut termasuk dalam 5 wilayah terbanyak yang memiliki usaha mikro dalam makanan dan minuman. Pengambilan di lima kecamatan sebagai berikut:

**Tabel 5 Klasifikasi Persebaran Responden**

No	Nama Kecamatan	Jumlah UMi	Jumlah Sampel	Makanan	Minuman	Makanan dan Minuman
1.	Singosari	376	80	65	15	8
2.	Kepanjen	322	70	65	5	4
3.	Karangploso	262	60	59	1	1
4.	Lawang	231	50	46	4	2
5.	Poncokusumo	190	40	37	3	1
	<b>Jumlah</b>	<b>1.381</b>	<b>300</b>	<b>272</b>	<b>28</b>	<b>16</b>

Dengan jumlah setelah pengklasifikasian hanya pada makanan dan minuman maka mendapatkan hasil 4.882 usaha mikro makanan dan minuman di Kab. Malang. Dengan persebaran di 33 kecamatan yakni Ampel Gading (101), Bantur (203), Bululawang (103), Dampit (94), Dau (91), Donomulyo (77), Gedangan (106), Gondanglegi (85), Jabung (171), Kalipare (117), Karangploso (262), Kasembon (105), Kepanjen (322), Kromengan (127), Lawang (231),

Ngajum (118), Ngantang (115), Pagak (100), Pagelaran (134), Pakis (133), Pakisaji (142), Poncokusumo (190), Pujon(95), Singosari (376), Sumber Pucung (164), Sumbermanjing (162), Tajinan (86), Tirtoyudo (105), Tumpang (156), Turen (164), Wagir (110), Wajak (170), Wonosari (167).

#### **D. Pengumpulan Data**

Data pada penelitian ini menggunakan data primer, yakni data yang langsung diperoleh dari sumber data di lokasi penelitian atau objek penelitian (Bungi, 2006). Sedangkan teknik pengumpulan data, menggunakan metode *survey* yang sudah dirancang agar mendapatkan hasil sesuai dengan apa yang diteliti. Metode *survey* dilakukan dengan penyebaran kuesioner yang berupa pertanyaan-pertanyaan yang akan diukur. Hasil yang didapat dari kuesioner akan dianalisis hingga mendapat kesimpulan (Malhotra, 2009).

Dalam penelitian ini, kuesioner disebarakan secara konvensional berupa kertas (*paper*) maupun secara digital berupa Google Form (*paperless*) kepada pemilik usaha mikro makanan dan minuman di Kabupaten Malang. Sedangkan Skala yang digunakan adalah Skala Likert berbasis skor yang mengukur perspektif seseorang atau kelompok terkait penelitian ini. Berikut pedoman skor berdasarkan Skala Likert yang digunakan dalam penelitian ini:

1. Sangat Tidak Setuju (STS) dengan skor 1
2. Tidak Setuju (TS) dengan skor 2
3. Netral (N) dengan skor 3
4. Setuju (S) dengan skor 4
5. Sangat Setuju (SS) dengan skor 5

## **E. Analisis Data**

### **1. Uji Validitas dan Reliabilitas**

#### **a. Uji Validitas**

Pada pengujian ini, item dikatakan valid atau tidak, dilihat dari korelasi antara skor item pertanyaan dengan skor total. Jika korelasi  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka dikatakan valid.

Pengujian pertama ini untuk memastikan apakah kuesioner yang dibuat, bisa mengukur apa yang seharusnya diukur, antara data secara nyata dengan yang dilaporkan peneliti (Sugiono, 2016). Atau bisa dengan melihat nilai signifikansi, apabila  $<0,05$  maka dikatakan valid. Hal ini untuk melihat apakah indikator pada tiap variabel yang diubah menjadi pertanyaan, bisa merepresentasikan variabel itu sendiri.

#### **b. Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas guna membuktikan pernyataan yang diajukan peneliti pada tiap variabel laten, tidak dikacaukan oleh para responden dalam menjawab kuesioner, berdasarkan pernyataan pada variabel laten lain. Pada pengujian ini, dikatakan reliabel jika jawaban responden dari waktu ke waktu itu stabil (Ghazali, 2016). Nilai pada uji reliabilitas bisa dikatakan reliabel, dengan melihat nilai Cronbach Alpha, jika  $>0,6$  maka dikatakan reliabel. Semakin besar nilainya, maka semakin baik.

## 2. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

Uji Normalitas dilakukan untuk mengukur apakah data memiliki distribusi normal atau mendekati normal (Ghazali, 2016). Pada model regresi, pemenuhan asumsi normal apabila data menyebar di sekitar garis diagonal, serta mengikuti garis diagonal; atau pada grafik histogram, terlihat pola berbentuk genta atau lonceng. Sebaliknya, jika data menjauh atau menyebar jauh dari diagonal atau grafik histogram, maka data itu tidak menunjukkan distribusi yang normal.

### b. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas adalah uji yang dikhususkan untuk menganalisis analisis regresi linier berganda yang memiliki dua variabel atau lebih, untuk mengukur keeratan hubungan antara besar koefisien korelasi ( $r$ ). Pengujian ini dilakukan untuk melihat apakah ada korelasi atau hubungan antar variabel bebas.

Cara untuk mengetahui adanya multikolinieritas pada model regresi adalah:

- 1) Jika nilai  $R^2 > 0,90$ , maka disebut ada multikolinieritas.  
Jika nilai  $R^2 < 0,90$ , maka tidak ada multikolinieritas.
- 2) Jika nilai VIF (*Variance Inflation Factor*)  $> 10$ , maka terjadi multikolinieritas pada data. Sebaliknya, jika nilai  $VIF < 10$ , maka tidak terjadi multikolinieritas.

c. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas ini untuk menguji apakah sebuah model regresi terjadi kesamaan residual dari observasi satu dengan lainnya. Jika dalam pengamatan terlihat kesamaan antar residual, maka disebut homokedastisitas; dan jika berbeda, maka disebut heteroskedastisitas. Dikatakan baik, jika dalam regresi tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghazali, 2016).

Cara untuk mengetahui ada atau tidak heteroskedastisitas, adalah sebagai berikut:

- 1) Nilai signifikansi residual  $> 0,5$ , maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.
- 2) Nilai signifikansi residual  $< 0,5$ , maka terjadi heteroskedastisitas.

3. Uji Hipotesis

a. Uji t

Uji t memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh parsial atau sendiri variabel independen/bebas (X) terhadap variabel dependen/terikat (Y). Pengujian ini dilakukan dengan tujuan melihat ada atau tidaknya pengaruh sikap/*attitude*, norma subjektif/*subjective norm* dan kontrol perilaku/*behavior control* terhadap intensi atau keputusan pelaku usaha untuk mendaftarkan sertifikat halal atas produk makanan dan minumannya. Dengan ketentuan, jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka terdapat

pengaruh antar variabel bebas dan terikat. Sebaliknya, jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  maka tidak ada pengaruh antar keduanya.

Sedangkan jika dilihat dari nilai signifikansinya, jika  $< 0,05$  maka disebut terdapat pengaruh antar variabel bebas dan terikat. Sebaliknya, jika nilai signifikansinya  $>0,05$  maka tidak ada pengaruh antar keduanya.

b. Uji f

Pada uji f bertujuan untuk mengetahui ada atau tidak pengaruh secara bersama-sama atau simultan antara variabel dependen/bebas (X1, X2, X3, dst) terhadap variabel independen/terikat (Y). Pada penelitian ini, akan dilihat apakah ada hubungan antara sikap/*attitude*, norma subjektif/*subjective norm* dan kontrol perilaku/*behavior control* terhadap intensi pendaftaran sertifikat halal.

Dengan ketentuan, jika  $f_{hitung} > f_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya, ada hubungan simultan antara sikap/*attitude*, norma subjektif/*subjective norm* dan kontrol perilaku/*behavior control* terhadap intensi pendaftaran sertifikat halal.

Sebaliknya, jika  $f_{hitung} < f_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Artinya, tidak ada hubungan simultan antara sikap/*attitude*, norma subjektif/*subjective norm* dan kontrol perilaku/*behavior control* terhadap intensi pendaftaran sertifikat halal.

#### 4. Koefisien Determinan

Koefisien Determinan (*r square*) digunakan untuk mengetahui berapa persen pengaruh yang diberikan variabel X terhadap variabel Y. Menurut Maharani (2013), nilai koefisien determinasi adalah  $0 < R^2 < 1$ . Artinya, semakin besar kekuatan dari persamaan regresi diprediksi *criterion* semakin baik. Hal ini untuk melihat seberapa besar kontribusi sikap/*attitude*, norma subjektif/*subjective norm* dan kontrol perilaku/*behavior control* terhadap intensi pendaftaran sertifikat halal produk makanan dan minuman pada usaha mikro di Kabupaten Malang.

#### F. Prosedur Penelitian

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan melihat pengaruh antara sikap/*attitude*, norma subjektif/*subjective norm* dan kontrol perilaku/ *behavior control* terhadap intensi pendaftaran sertifikat halal makanan dan minuman pada usaha mikro di Kabupaten Malang.

Teknik analisis regresi linier berganda menurut Sugiyono (2013) merupakan sebuah teknik pengujian data yang dimanfaatkan dalam menemukan persamaan regresi yang bermanfaat untuk mengetahui nilai variabel dependen berdasarkan nilai yang ada pada variabel independen dan mencari kemungkinan kesalahan. Juga menganalisis hubungan secara parsial ataupun simultan antar variabel dependen dan independen dengan minimal dua variabel independen.

Secara garis besar, analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji ada atau tidak pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, baik secara sendiri (parsial) maupun bersama-sama (simultan).

Rumus regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + e$$

Keterangan :

Y = Perilaku keputusan (intensi) pendaftaran

b<sub>1</sub>, b<sub>2</sub> = Angka arah koefisien regresi

a = Konstanta

e = *Error Term*

X<sub>1</sub> = Sikap/*Attitude*

X<sub>2</sub> = Norma Subjektif/*Subjective Norm*

X<sub>3</sub> = Kontrol Perilaku/*Behavior Control*

**BAB IV**  
**HASIL PENELITIAN**

**A. Deskripsi Demografi Responden**

Bagian ini akan menyajikan langkah awal pada analisis data, yakni statistic deskriptif sampel penelitian.

**Tabel 6 Karakteristik Demografi Responden**

<b>Kriteria</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Prosentase</b>
<b>Jenis Kelamin</b>		
Laki-Laki	48	16 %
Perempuan	252	84 %
<b>Agama</b>		
Islam	298	99.7 %
Konghucu	1	0.3 %
<b>Daerah</b>		
Singosari	80	20 %
Kepanjen	70	20 %
Karangploso	60	20 %
Lawang	50	20 %
Poncokusumo	40	20 %
<b>Kepemilikan Sertifikasi Halal</b>		
Sudah Sertifikasi Halal	226	72.3 %
Proses Sertifikasi Halal	74	24.7 %

<b>Jenis Makanan dan Minuman</b>		
Makanan	272	90,36 %
Minuaman	28	9,33 %
Makanan dan Minuman	16	5,33 %

Berdasarkan data sebaran, dari 300 responden, terdapat 252 perempuan (16%) dan laki-laki 48 (84%). Data di atas menunjukkan bahwa mayoritas pemilik Usaha Mikro yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah perempuan.

Penelitian ini menyantumkan agama dalam pengisian kuesioner, namun tidak diharuskan pada responden yang beragama Islam saja. Setelah kuesioner disebar, ternyata responden yang mengisi kuesioner, yang beragama Islam berjumlah 298 (99.7 %). Hanya, ada 1 (0.3 %) responden yang beragama lain (Konghucu).

Penentuan daerah yang dipilih dalam sebaran kuesioner penelitian ini, didasarkan pada, daerah-daerah potensial Usaha Mikro di Kabupaten Malang adalah Singosari, Kepanjen, Karangploso, Lawang, Poncokusumo. Dalam penelitian ini, masing-masing daerah diambil data dari 20% Usaha Mikro, sehingga totalnya 300 Usaha Mikro.

## **B. Pengujian Hipotesis**

### 1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

#### a. Uji Validitas

Pada pengujian validitas dan reliabilitas, peneliti menggunakan SPSS 23 dalam menganalisisnya.

Uji validitas pada penelitian ini didasarkan pada  $r_{\text{tabel}}$  dan taraf signifikansi yakni  $< 0,05$  maka valid. Penghitungan  $r_{\text{tabel}}$  pada uji ini adalah jika  $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$  (0,113) maka dikatakan valid.

**Tabel 7 Hasil Uji Validitas**

Item	R Hitung	Sig	Ket.
X <sub>1.1</sub>	0.744 <sup>**</sup>	0.000	Valid
X <sub>1.2</sub>	0.661 <sup>**</sup>	0.000	Valid
X <sub>1.3</sub>	0.646 <sup>**</sup>	0.000	Valid
X <sub>1.4</sub>	0.650 <sup>**</sup>	0.000	Valid
X <sub>1.5</sub>	0.619 <sup>**</sup>	0.000	Valid
X <sub>1.6</sub>	0.512 <sup>**</sup>	0.000	Valid
X <sub>1.7</sub>	0.586 <sup>**</sup>	0.000	Valid
X <sub>1.8</sub>	0.685 <sup>**</sup>	0.000	Valid
X <sub>1.9</sub>	0.687 <sup>**</sup>	0.000	Valid
X <sub>2.1</sub>	0.657 <sup>**</sup>	0.000	Valid
X <sub>2.2</sub>	0.626 <sup>**</sup>	0.000	Valid
X <sub>2.3</sub>	0.582 <sup>**</sup>	0.000	Valid
X <sub>2.4</sub>	0.562 <sup>**</sup>	0.000	Valid
X <sub>2.5</sub>	0.677 <sup>**</sup>	0.000	Valid
X <sub>2.6</sub>	0.753 <sup>**</sup>	0.000	Valid
X <sub>2.7</sub>	0.475 <sup>**</sup>	0.000	Valid
X <sub>2.8</sub>	0.610 <sup>**</sup>	0.000	Valid
X <sub>2.9</sub>	0.575 <sup>**</sup>	0.000	Valid
X <sub>2.10</sub>	0.625 <sup>**</sup>	0.000	Valid

X <sub>2.11</sub>	0.633 <sup>**</sup>	0.000	Valid
X <sub>3.1</sub>	0.706 <sup>**</sup>	0.000	Valid
X <sub>3.2</sub>	0.571 <sup>**</sup>	0.000	Valid
X <sub>3.3</sub>	0.573 <sup>**</sup>	0.000	Valid
X <sub>3.4</sub>	0.646 <sup>**</sup>	0.000	Valid
X <sub>3.5</sub>	0.719 <sup>**</sup>	0.000	Valid
X <sub>3.6</sub>	0.662 <sup>**</sup>	0.000	Valid
X <sub>3.7</sub>	0.639 <sup>**</sup>	0.000	Valid
Y <sub>.1</sub>	0.774 <sup>**</sup>	0.000	Valid
Y <sub>.2</sub>	0.774 <sup>**</sup>	0.000	Valid
Y <sub>.3</sub>	0.786 <sup>**</sup>	0.000	Valid

**Sumber: Output SPSS 23, 2023**

Tabel 7 menyatakan, hasil uji validitas pada item pertanyaan kuisisioner variabel *attitude*, *subjective norm*, *behavioural control* dan intensi menunjukkan adanya korelasi yang positif dan signifikan pada tingkat 0.05. Jadi, semua item pertanyaan signifikan dan dinyatakan bahwa semua item pertanyaan pada keempat variabel adalah valid.

b. Uji Reliabilitas

**Tabel 8 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen**

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Nilai Kritis	Keterangan
Attitude (X <sub>1</sub> )	0.808	0.60	Reliabel
Subjective Norm (X <sub>2</sub> )	0.836	0.60	Reliabel
Behavioral Control (X <sub>3</sub> )	0.786	0.60	Reliabel

Intensi (Y)	0.669	0.60	Reliabel
-------------	-------	------	----------

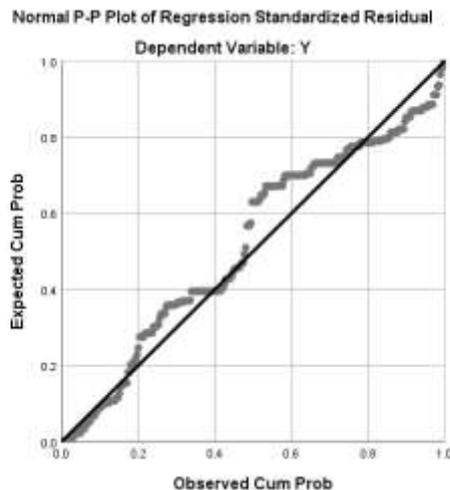
**Sumber: Output SPSS 23, 2023**

Pada Tabel 8, nilai Cronbach Alpha masing-masing variabel lebih dari 0.60. Nilai tersebut memenuhi persyaratan reliabilitas. Artinya, semua item kuisioner dalam penelitian ini adalah reliabel (konsisten) dan stabil.

## 2. Uji Asumsi Klasik

Agar uji regresi linier berganda bisa dilakukan, berikut beberapa hasil uji asumsi klasik dalam penelitian ini:

### a. Uji Normalitas



**Gambar 7 Hasil Uji Normalitas**

Gambar 5 menunjukkan bahwa pada model regresi, diketahui data menyebar di sekitar garis diagonal serta mengikuti garis diagonal, sehingga dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

**Tabel 9 Hasil Uji Multikolonieritas**

Variabel	R <sup>2</sup>	VIF	Interpretasi
Attitude (X <sub>1</sub> )	0.465	2.009	Tidak ada multikolonieritas
Subjective Norm (X <sub>2</sub> )		1.307	Tidak ada multikolonieritas
Behavioral Control (X <sub>3</sub> )		1.843	Tidak ada multikolonieritas

Hasil olah data pada Tabel 9 menunjukkan bahwa nilai *r square* sebesar 0.465, yang berarti lebih kecil dari 0.90. Sedangkan nilai VIF untuk masing-masing variabel, kurang dari 10. Artinya, data dalam penelitian ini bebas dari multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

**Tabel 10 Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.489	.281		5.303	.000
	Attitude (X <sub>1</sub> )	-.012	.007	-.132	-1.670	.096
	Subjective Norm (X <sub>2</sub> )	.003	.006	.032	.506	.613
	Locus of Control (X <sub>3</sub> )	-.013	.008	-.162	-1.133	.064

a. Dependent Variable: Abs\_Res

Tabel 10 menunjukkan bahwa masing-masing hubungan variabel memiliki nilai signifikansi yang lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa pada model penelitian ini, tidak terjadi asumsi heteroskedastisitas.

### 3. Uji Hipotesis

**Tabel 11 Rangkuman Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	6.477	.488		13.283	.000
Attitude (X <sub>1</sub> )	.040	.013	.185	3.089	.002
Subjective Norm (X <sub>2</sub> )	.107	.011	.471	9.738	.000
Locus of Control (X <sub>3</sub> )	.041	.014	.162	2.828	.005

Konstanta : 6.477

$R^2 = 0.465$

F hitung = 86.774

Sig = 0.000

Berdasarkan Tabel 11, dapat diketahui persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y=f(X_1,X_2,X_3)$$

$$Y= \alpha+\beta_1. X_1+\beta_2. X_2 + \beta_3. X_3 + e.$$

$$Y = 6,477+0.040X_1+0.107X_2 + 0.041X_3 + e$$

*Pertama*, Konstanta (a). Nilai konstanta yang bernilai positif 6,477.

Hal tersebut menggambarkan bahwa tanpa adanya pengaruh variabel bebas yaitu *attitude*, *subjective norm* dan *behavioral control*, maka nilai variabel terikat yaitu intensi tetap konstan sebesar 6,477. Maka dapat diartikan jika

variabel bebas yakni *attitude*, *subjective norm* dan *behavioral control* naik satu satuan maka variabel terikat berupa intensi akan naik pula.

*Kedua, Attitude.* Nilai koefisien yang bernilai positif 0,040 antara variabel *attitude* dengan intensi. Hal ini menggambarkan bahwa kedua variabel tersebut berhubungan secara positif. Maka dapat disimpulkan bahwa jika variabel *attitude* mengalami kenaikan satu satuan, maka variabel intensi semakin meningkat sebesar 0,040 satuan.

*Ketiga, Subjective Norm.* Nilai koefisien yang bernilai positif 0,107 antara variabel *subjective norm* dengan intensi. Hal ini menggambarkan bahwa kedua variabel tersebut berhubungan secara negatif. Maka dapat disimpulkan bahwa jika variabel *subjective norm* mengalami kenaikan satu satuan, maka variabel intensi semakin meningkat sebesar 0,107 satuan.

*Keempat, Behavioral Control.* Nilai koefisien yang bernilai positif 0,041 antara variabel *behavioral control* dengan intensi. Hal ini menggambarkan bahwa kedua variabel tersebut berhubungan secara negatif. Maka dapat disimpulkan bahwa jika variabel *behavioral control* mengalami kenaikan satu satuan, maka variabel intensi semakin meningkat sebesar 0,041 satuan.

a. Uji t

Pada tabel 11 menunjukkan bahwa variabel *attitude* berpengaruh signifikan terhadap intensi, hal ini dapat dilihat dari probabilitas signifikansi sebesar  $0.002 < 0.05$  dengan nilai t statistik

sebesar  $3,089 > 1,98$ . Hal ini berarti H1 diterima yakni terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antara variabel *attitude* terhadap intensi.

Pada tabel 11 juga menunjukkan bahwa variabel *subjective norm* berpengaruh signifikan terhadap intensi, hal ini dapat dilihat dari probabilitas signifikansi sebesar  $0.000 < 0.05$  dengan nilai t statistik sebesar  $9,738 > 1,98$ . Hal ini berarti H2 diterima yakni terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antara variabel *subjective norm* terhadap intensi.

Pada tabel 11 juga menunjukkan bahwa variabel *behavioural control* berpengaruh signifikan terhadap intensi, hal ini dapat dilihat dari probabilitas signifikansi sebesar  $0.005 < 0.05$  dengan nilai t statistik sebesar  $2,828 > 1,98$ . Hal ini berarti H3 diterima yakni terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antara variabel *behavioural control* terhadap intensi.

b. Uji f

Pada tabel 11 juga menunjukkan bahwa variabel *attitude*, *subjective norm* dan *behavioural control* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap intensi, hal ini dapat dilihat dari probabilitas signifikansi sebesar  $0.000 < 0.05$  dengan nilai F statistik sebesar  $86,774 < 1,98$ . Hal ini berarti H4 diterima yakni terdapat pengaruh secara simultan yang signifikan dan positif antara variabel *attitude*, *subjective norm* dan *behavioural control* terhadap intensi.

#### 4. Koefisien Determinan ( $R^2$ )

Pada tabel 11 dapat dilihat besarnya nilai  $R^2$  adalah 0.465, hal ini berarti 46,5% variasi intensi dapat dijelaskan oleh variasi ke tiga variabel independen yakni *attitude*, *subjective norm* dan *behavioural control*. Sedangkan sisanya yakni sebesar 53,5% dijelaskan oleh variabel-variabel lain diluar model.

## **BAB V**

### **PEMBAHASAN**

#### **A. Pengaruh Sikap/*Attitude* terhadap Intensi Pendaftaran Sertifikasi Halal**

*Attitude* memiliki pengaruh terhadap intensi pendaftaran sertifikasi halal pada usaha mikro makanan dan minuman di Kabupaten Malang. Bisa diartikan, jika *attitude* memiliki kenaikan maka akan meningkatkan intensi (niat) pendaftaran sertifikasi halal pada produk makanan dan minuman oleh pemilik usaha mikro di kabupaten Malang dengan asumsi variabel dianggap konstan. Semakin tinggi sikap yang dimiliki seseorang dalam keyakinan dalam memberikan jaminan terhadap konsumen atas kehalalan produknya, keyakinan atas keuntungan yang akan didapatkan dan keyakinan dalam perlindungan pemerintah maka akan meningkatkan intensi mereka dalam mendaftarkan sertifikasi halal pada produk makanan dan minuman mereka.

Intensi pemilik usaha mikro makanan dan minuman untuk mendaftarkan sertifikasi halal produknya dipengaruhi oleh sikap yang positif (*Attitude*) yang menjadi faktor utama. Semakin tinggi *attitude* dalam hal ini maka berdampak pada intensi pendaftaran sertifikasi halal. Hal itu diorientasikan dengan mempertimbangkan jika melakukan penjaminan produk halal pada konsumen, maka ia bisa merasa tenang dalam menjalankan usahanya, meningkatkan penjualan, perluasan pemasaran produk dan adanya penjaminan keamanan dari pemerintah.

Penelitian ini mendapatkan hasil dalam konsistensi dalam teori Ajzen (1991) bahwa Intensi dalam perilaku menandakan adanya kemauan dan perencanaan dalam suatu perilaku yang yakin akan dilakukan di masa mendatang. Intensi oleh seseorang dalam melakukan perilaku secara umum tumbuh dengan diiringi sikap (*attitude*) positif yang diyakini ia miliki terhadap perilaku yang akan ia lakukan. Maka semakin kuat intensi orang tersebut maka semakin kuat pula kemungkinan perilaku itu akan ia lakukan (I. Ajzen, 1991). Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa *attitude* berpengaruh positif terhadap intensi pendaftaran sertifikasi halal pada produk makanan dan minuman. Sejalan dengan hasil yang didapatkan ada penelitian sejenis yang mendapatkan hasil yang sama yakni *attitude* yang berasal dari dalam diri seorang individu mempengaruhi dalam pengambilan keputusan pendaftaran sertifikasi halal (Ab Talib et al., 2017); (Syamsuri, 2019); (Giyanti et al., 2021); (Listyoningrum & Albari, 2017). Baik dalam hal manfaat yang nantinya akan didapatkan (Zailani, 2015); (Mu'arrafah, 2020); (A.N. Ahmad, 2017). Faktor internal berupa *attitude* dengan keyakinan bahwa adanya sertifikasi halal pada produknya akan mendapatkan keunggulan tersendiri dalam hal kompetitif penjualan dan mendorong kinerja lebih baik (Wahab, 2016).

Adapun variabel *attitude* pada penelitian ini, difokuskan pada tiga manfaat bagi pelaku usaha yang mendapatkan sertifikasi halal atas produk makanan dan minumannya.

*Pertama*, memberikan jaminan produk halal pada konsumen, sesuai syariat Islam. Jika ditelaah dari perspektif *Maqashid Syariah*, pemberian jaminan produk

halal pada konsumen melalui sertifikasi halal, merupakan bagian dari pelestarian agama (*hifzh al-din*). Argumentasinya, Rasulullah SAW seringkali mewanti-wanti umat muslim agar tidak sampai terjerumus pada perkara yang syubhat. Karena siapapun yang menjaga diri dari perkara syubhat, berarti dia telah menjaga agama dan harga dirinya. Lebih dari itu, kepedulian seorang muslim terhadap kehalalan produk makanan dan minuman yang dikonsumsi, merupakan indikator kejernihan hatinya. Sebaliknya, jika seorang muslim tidak lagi peduli pada halal-haramnya makanan dan minuman yang dikonsumsi, berarti hatinya keruh. Inilah makna yang terkandung dalam Hadis dalam kitab Shahih Bukhori nomor 52 riwayat al-Nu'man ibn Basyir RA yang mendengar Rasulullah SAW bersabda:

الْحَلَالُ بَيْنَ وَالْحَرَامِ بَيْنَ، وَبَيْنَهُمَا مُشَبَّهَاتٌ لَا يَعْلَمُهَا كَثِيرٌ مِنَ النَّاسِ. فَمَنْ اتَّقَى الْمُشَبَّهَاتِ، اسْتَبْرَأَ لِدِينِهِ وَعِرْضِهِ. وَمَنْ وَقَعَ فِي الشُّبُهَاتِ، كَرَعَ يَرْعَى حَوْلَ الْحِمَى، يُوشِكُ أَنْ يُوَاقِعَهُ. أَلَا وَإِنَّ لِكُلِّ مَلِكٍ حِمًى. أَلَا إِنَّ حِمَى اللَّهِ فِي أَرْضِهِ مَحْرَمَةٌ. أَلَا وَإِنَّ فِي الْجَسَدِ مُضْغَةً، إِذَا صَلَحَتْ صَلَحَ الْجَسَدُ كُلُّهُ، وَإِذَا فَسَدَتْ فَسَدَ الْجَسَدُ كُلُّهُ. (رَوَاهُ الْبُخَارِيُّ).

*Halal itu jelas, haram itu jelas, dan di antara keduanya ada perkara yang syubhat (rancu), yang tidak diketahui oleh kebanyakan orang. Barangsiapa menghindari syubhat, berarti telah menjaga agama dan kehormatannya. Dan barangsiapa terjerumus pada syubhat, maka dia bagaikan penggembala yang menggembala di sekitar tempat terlarang, dan nyaris saja dia memasuki tempat terlarang tersebut. Sesungguhnya setiap raja itu memiliki tempat terlarang, sedangkan tempat terlarang Allah di bumi ini adalah perkara-perkara yang diharamkan-Nya. Ingatlah, sesungguhnya pada jasad itu terdapat sekerat daging. Jika ia baik, maka seluruh anggota tubuh akan baik; dan jika ia rusak, maka seluruh anggota tubuh akan rusak. Ingatlah, sekerat daging tersebut adalah adalah hati (Al-Bukhori, 1992).*

*Kedua*, meningkatkan penjualan produk. Produk makanan-minuman yang memiliki sertifikasi halal MUI, otomatis memiliki reputasi tersendiri di kalangan umat muslim. Apalagi berdasarkan survei terhadap generasi milenial, dengan sampel 420 laki-laki dan 420 wanita, ternyata diperoleh data 86% responden

menyatakan sangat setuju dan 13% menyatakan setuju, saat disurvei mengenai pentingnya mengonsumsi makanan yang halal (Fauzia, R. Adang Nofandi, dkk., 2021). Peningkatan pada permintaan juga menjadi peluang produsen makanan dan minuman di Indonesia (Giyanti et al., 2021). Implikasinya, produk makanan-minuman yang mendapatkan sertifikat halal MUI, akan dijadikan sebagai sasaran pembelian oleh umat muslim yang menilai penting mengonsumsi makanan-minuman yang halal. Otomatis, hal ini berimplikasi pada peningkatan penjualan produk.

Dari segi *Maqashid Syariah*, peningkatan penjualan produk, selaras dengan *hifzh al-mal* atau pelestarian harta benda. Hal ini selaras dengan temuan Taufik Alwi, dkk., yang menyatakan bahwa sertifikasi halal, berpengaruh signifikan terhadap penjualan produk halal (Taufik Alwi, dkk., 2019). Secara lebih lugas, temuan Sri Wahyuni, dkk. menyebutkan bahwa label halal, berkontribusi terhadap peningkatan omset penjualan makanan ringan UMKM di Kota Dumai, sebesar 75,4% (Sri Wahyuni, dkk., 2021).

*Ketiga*, sertifikasi halal merupakan bentuk perlindungan pemerintah kepada konsumen muslim. Menurut Ketua Tenaga Ahli LPPOM MUI, Prof. Dr. Ir. Khaswar Syamsu, M.Sc, standar halal yang ditetapkan oleh MUI sangat ketat dan memegang prinsip *zero tolerance*. Artinya, halal harus 100%, tidak boleh ada keraguan di dalamnya. Sedangkan *thayyib* adalah sesuatu yang baik dan aman untuk dikonsumsi (*food safety*), bersih (*good manufacturing product*), serta menyehatkan dan bermutu dari aspek fisik, kimia, dan biologis (halalmui.org).

Implikasinya, apabila suatu produk makanan dan minuman mendapatkan sertifikat halal dari MUI, maka produk tersebut dijamin halal dan *thayyib*.

Dari perspektif *Maqashid Syariah*, produk makanan-minuman yang halal dan *thayyib*, selaras dengan *hifzh al-nafs*, yaitu memelihara jiwa dan raga. Sebaliknya, apabila produk makanan-minuman itu berstatus haram dan *khabits* (buruk), maka dapat merusak jiwa dan raga orang yang mengonsumsinya. Seperti pendapat al-Sahl yang dikutip oleh Imam al-Ghazali dalam *Ihya' 'Ulumiddin*:

مَنْ أَكَلَ الْحَرَامَ عَصَّتْ جَوَارِحُهُ، شَاءَ أُمُّ أَبِي، عَلِمَ أَوْ لَمْ يَعْلَمْ. وَمَنْ كَانَتْ طَعْمَتُهُ حَالًا لَا أَطَاعَتُهُ  
جَوَارِحُهُ وَوَفَّقَتْ لِلْخَيْرَاتِ.

*Barangsiapa makanan haram, maka anggota tubuhnya akan bermaksiat. Baik dia menghendakinya maupun menolaknya; baik dia mengetahuinya maupun tidak mengetahuinya. Barangsiapa yang makanannya halal, maka anggota tubuhnya akan taat dan membantunya berbuat aneka amal kebaikan (Al-Ghozali, 489 C.E.).*

### ***Analisis Hasil Jawaban Kuesioner***

Pengaruh sikap (*attitute*) terhadap intensi pendaftaran sertifikasi halal produk makanan dan minuman, peneliti menyebar kuesioner pada 300 responden yang difokuskan pada tiga indikator. *Pertama*, Memberikan jaminan produk halal pada konsumen, sesuai syariat Islam. *Kedua*, Memenangkan persaingan pasar dan penjualan. *Ketiga*, Mendapatkan jaminan keamanan produk oleh pemerintah. Berikut analisis detailnya:

*Pertama*, Memberikan jaminan produk halal pada konsumen, sesuai syariat Islam. Keyakinan yang diartikan oleh pemilik usaha dengan mayoritas pelaku Usaha Mikro merasa nyaman, ketika produknya sudah memiliki jaminan halal. Mengindikasikan bahwa bagi umat muslim, rasa nyaman ini selaras dengan

sabda Nabi Muhammad SAW yang diriwayatkan oleh Hasan ibn ‘Ali ibn Abi Thalib RA :

فَإِنَّ الْحَيْرَ طُمَأْنِينَةٌ، وَإِنَّ الشَّرَّ رَيْبَةٌ (رواه الحاكم)

*Kebaikan selalu mendatangkan ketenangan, sedangkan kejelekan selalu mendatangkan kegelisahan (Syihabuddin, 795).*

Penjaminan produk halal salah satunya juga dengan menjaga kebersihan yang selaras dengan prinsip sadar halal higienis (*hygiene*). Dalam konteks halal, makanan higienis, minuman dan produk dapat didefinisikan sebagai bebas dari najis atau kontaminasi dan kuman berbahaya; sehingga menjaga diri kita dan hal-hal di sekitar kita dari penyakit. Oleh karena itu, makanan, minuman, atau produk yang aman adalah yang tidak menyebabkan kerugian bagi konsumen, baik Muslim atau non-Muslim ketika disiapkan dan/atau dimakan atau sesuai dengan penggunaan yang dimaksudkan (Fauziah, R. Adang Nofandi, dkk., 2021). Menurut para ahli di LPPOM MUI, kehalalan suatu makanan didasarkan kepada bahan baku dan bahan tambahan yang digunakan, proses produksi, hingga kepada pengemasan produk. Kriteria ini secara detail meliputi: (a) Tidak berasal dari atau mengandung babi; (b) Tidak mengandung bahan yang haram seperti darah, organ manusia, kotoran, dan lain sebagainya; (c) Apabila bahan berasal dari hewan, maka harus dilakukan penyembelihan sesuai dengan syariat Islam; (d) Semua tempat baik transportasi, pengolahan, penjualan, hingga penyimpanan tidak boleh bercampur dengan hal yang mengandung babi. Apabila pernah digunakan untuk babi maka barang dan yang lainnya harus dibersihkan terlebih dahulu sesuai

dengan aturan Islam; (e) Makanan dan minuman tidak boleh mengandung alkohol atau khamr (Fauziyah, R. Adang Nofandi, dkk., 2021).

*Kedua*, Memenangkan persaingan pasar dan penjualan. Mayoritas pemilik Usaha Mikro meyakini bahwa sertifikasi halal dapat meningkatkan penjualan, sehingga keuntungan yang diraih semakin besar. Hal ini selaras dengan hasil penelitian Wahyuni yang menunjukkan bahwa hubungan antara label halal terhadap peningkatan omset termasuk dalam kategori “sangat kuat” (Wahyuni, 2020). Label halal dapat memperluas pangsa pasar produk mereka. Poin ini begitu nyata, seperti yang terjadi pada produk-produk makanan dan minuman yang diproduksi oleh negara-negara berstatus minoritas muslim (seperti Jepang, Korea Selatan, Tiongkok, Amerika Serikat, Eropa), namun laris manis dibeli oleh konsumen Indonesia yang berstatus muslim. Bukan hanya itu saja, label halal memberikan nilai lebih bagi produknya. Seperti yang dialami oleh produk roti Maha Bakery di Pontianak. Pemilik mengaku terjadi peningkatan penjualan sebesar 12% pasca labelisasi halal pada produknya (Kalbarini, 2022).

*Ketiga*, Mendapatkan jaminan keamanan produk oleh pemerintah. Mayoritas pelaku Usaha Mikro meyakini bahwa sertifikat halal merupakan jaminan perlindungan oleh pemerintah dari keraguan pesaing usaha maupun konsumen. Memang ada responden yang menyatakan netral, bahkan tidak setuju terkait jaminan perlindungan pemerintah dari keraguan pesaing usaha dan/atau konsumen. Akan tetapi, setelah ada pendampingan dari Dinas Koperasi dan Usaha Mikro, serta diskusi dengan para pengusaha lain di daerahnya, telah membuat mereka mengubah pandangan. Mereka menjadi tahu bahwa fungsi label halal

adalah penanda (*Descriptive Label*) kehalalan yang dikeluarkan oleh Badan Penyelenggaraan Jaminan Produk Halal (BPJPH) bersama Majelis Ulama Indonesia (MUI), sehingga membuat pemilik Usaha Mikro menjadi yakin bahwa produk mereka telah mendapatkan perlindungan secara resmi dari pemerintah. Terutama dari pesaing usaha maupun konsumen yang meragukan kehalalan produk makanan dan minuman yang mereka produksi.

## **B. Pengaruh Norma Subjektif/ *Subjective Norm* terhadap Intensi Pendaftaran Sertifikasi Halal**

*Subjective norm* dalam hubungan vertikal, horisontal, antar pengusaha dan dengan konsumen menjadi faktor dalam meningkatnya intensi pendaftaran sertifikasi halal. Semakin baik lingkungan dalam mengajak pada pendaftaran sertifikat halal baik dalam hal dituntut (vertikal), dihormati/disegani (vertikal dan horisontal) dan dimotivasi (horisontal, antar pengusaha dan dengan konsumen) bisa menjadikan intensi pendaftaran meningkat. *Subjective norm* dalam penelitian ini memiliki pengaruh terhadap intensi pendaftaran sertifikasi halal makanan dan minuman pada usaha mikro. Bisa diartikan bahwa ketika ada kenaikan pada *Subjective norm* maka akan meningkatkan intensi pendaftaran sertifikasi halal di Kabupaten Malang.

*Subjective norm* yang mengacu pada tekanan dalam lingkungan yang dirasakan oleh individu untuk melakukan atau tidak suatu perilaku. Menurut Ajzen (1991) bahwa norma-norma subjective juga ikut membentuk suatu intensi dalam intensi perbuatan tertentu (I. Ajzen, 1991). Teori tersebut sejalan dengan

hasil penelitian ini, bahwa memang faktor lingkungan sekitar yakni pemerintah, ulama, orang tua, sahabat, teman, tetangga, media, persaingan dan konsumen menjadi faktor yang mempengaruhi pemilik usaha mikro dalam intensi pendaftaran sertifikasi halal produk mereka.

Sejalan dengan hasil yang didapatkan, beberapa penelitian berkata sama dengan menyatakan bahwa faktor luar seperti dari pemerintah, ulama, orang tua, sahabat, teman, tetangga dan media (Zailani, 2015); (Wahab, 2016); (Giyanti et al., 2021); (Mu'arrafah, 2020). Lingkungan sekitar seperti tekanan konsumen dalam persaingan usaha makanan dan minuman yang tiada henti (Ab Talib et al., 2017); (Zailani, 2015), juga menjadi salah satu faktor eksternal dalam intensi pendaftaran sertifikasi halal pelaku usaha.

Variabel norma subyektif dalam penelitian ini bersifat vertikal, horizontal, antar pengusaha dan dengan konsumen. Norma subyektif yang bersifat vertikal meliputi pemerintah, tokoh agama, dan orang tua. Sedangkan norma subyektif yang bersifat horizontal meliputi saudara, teman, tetangga, iklan TV, media sosial dan media massa.

Dalam konteks penelitian ini, pemerintah bekerjasama dengan tokoh agama untuk sosialisasi sertifikasi halal di tengah masyarakat. Misalnya, adanya kegiatan dari LPPOM MUI yakni *Training of Trainer (TOT) Kader Dakwah Halal* di Gedung Global Halal Centre, Bogor (republika.co.id, 2022). Bukan hanya itu saja *workshop* pengajuan sertifikat halal bagi pelaku UMKM makanan olahan dan program pendampingan pendaftaran sertifikat halal (Siska et al., 2020); (Puspaningtyas et al., 2020).

Peran orang tua sebagai norma subyektif yang bersifat vertikal, tidak terlihat pada penelitian ini, karena responden merupakan para pemilik Usaha Mikro yang sudah berstatus mukallaf, yaitu dewasa secara fisik (baligh) dan secara psikis ('aqil). Oleh sebab itu, sudah minim intervensi orang tua. Peran orang tua sebagai norma subyektif terlihat penting, apabila mengacu pada keputusan konsumen anak-anak untuk membeli produk makanan-minuman yang halal. Apabila orang tua memiliki kepedulian terhadap produk halal, maka anak akan terbiasa cenderung membeli produk makanan-minuman yang halal.

Saudara, teman dan tetangga sebagai norma subyektif yang bersifat horizontal, ikut mempengaruhi intensi pelaku Usaha Mikro untuk mendaftarkan sertifikasi halal atas produk makanan-minumannya. Seperti pada Q.S. Al-Baqarah ayat 148:

وَلِكُلِّ وِجْهَةٌ هُوَ مُوَلِّيٰهَا فَاسْتَبِقُوا الْخَيْرَاتِ

*Bagi setiap umat ada kiblat yang dia menghadap ke arahnya. Maka, berlomba-lombalah kamu dalam berbagai kebajikan.*

Demikian halnya dengan iklan TV, media sosial dan media massa, yang mempopulerkan sertifikasi halal ke berbagai kalangan, termasuk para pelaku Usaha Mikro di Kabupaten Malang.

Dari perspektif hukum Islam, setiap pelaku usaha yang berstatus muslim, wajib menjual produk makanan dan minuman yang halal. Apabila tidak, maka dia dinilai berdosa. Jadi, kehalalan harus terjamin pada aspek intrinsik produk. Acuan pada Hadits Ibn Abbas:

عَنِ ابْنِ عَبَّاسٍ أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ: لَعَنَ اللَّهُ الْيَهُودَ حَرَمَتْ عَلَيْهِمُ الشُّحُومُ  
فَبَاعُوهَا وَ أَكَلُوا أَثْمَانَهَا وَإِنَّ اللَّهَ إِذَا حَرَّمَ عَلَى قَوْمٍ أَكَلَ شَيْءٍ حَرَّمَ عَلَيْهِمْ ثَمَنَهُ. - رواه  
أحمد و أبو داود

*Dari Ibnu Abbas Nabi SAW bersabda, Allah melaknat orang-orang Yahudi, karena telah diharamkan kepada mereka lemak-lemak (bangkai) namun mereka menjualnya dan memakan hasil penjualannya. Sesungguhnya Allah jika mengharamkan kepada suatu kaum memakan sesuatu, maka haram pula hasil penjualannya. (HR Ahmad dan Abu Dawud).*

Sedangkan sertifikasi halal merupakan aspek ekstrinsik produk yang tidak wajib dimiliki. Akan tetapi, apabila pelaku Usaha Mikro berniat untuk syiar Islam melalui sertifikat halal, agar umat muslim semakin sadar halal, maka hukumnya sunah. Yaitu pelakunya mendapatkan pahala.

Hukum dasar sertifikasi halal adalah mubah, karena masuk dalam cakupan Fikih Muamalah. Sedangkan kaidah dasar muamalah adalah:

الأَصْلُ فِي الْمُعَامَلَةِ الْإِبَاحَةُ، حَتَّى يَدُلَّ الدَّلِيلُ عَلَى تَحْرِيمِهِ  
*Hukum ashal dalam muamalah adalah munah, hingga ada dalil yang mengharamkannya (Sinaga, 2018).*

Jadi, dari sisi norma subyektif yang bersifat vertikal, intensi pelaku Usaha Mikro untuk mendaftarkan sertifikasi halal atas produk makanan-minumannya akan semakin meningkat, jika terpengaruh oleh pemerintah maupun tokoh agama yang menilai sertifikasi halal sebagai sesuatu yang sunah, sehingga dapat mendatangkan pahala.

Sedangkan dari sisi norma subyektif yang bersifat horisontal, intensi pelaku Usaha Mikro untuk mendaftarkan sertifikasi halal atas produk makanan-minumannya akan semakin meningkat, jika terpengaruh oleh teman, tetangga,

saudara, iklan TV, media sosial dan media massa yang mempublikasikan benefit dari sertifikasi halal atas produk makanan-minuman.

Pada sisi norma subjektif dengan indikator hubungan antar pengusaha. Intensi pelaku Usaha Mikro untuk mendaftarkan sertifikasi halal atas produk makanan-minumannya semakin meningkat, karena produk pelaku usaha lainnya telah mendapatkan sertifikasi halal. Berbeda dengan era sebelumnya yang cenderung didominasi oleh persaingan (kompetisi), maka era sekarang ini cenderung didominasi oleh kerjasama (kolaborasi). Oleh sebab itu, banyak kegiatan kolaboratif yang dilakukan oleh para pengusaha, untuk mendapatkan sertifikasi halal. Misalnya, para pelaku UMKM sama-sama antusias mengikuti Sosialisasi Sertifikasi Halal *Self Declare* Pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Wilayah Pengurus Cabang Muhammadiyah (PCM) Kec. Genteng Kota Surabaya (Siti Mardiyah, 2022).

Pada sisi norma subyektif dengan indikator hubungan dengan konsumen, pada penelitian oleh Giyanti (2021) bahwa salah satu faktor pendorong adanya sertifikasi halal adalah untuk menghindari berbagai macam kegagalan, salah satunya adanya pertanyaan oleh konsumen terkait kehalalan produk mereka (Giyanti et al., 2021). Hal yang bahwa tekanan konsumen dalam menanggapi ada atau tidaknya label halal pada produk makanan saat ini sangat berpengaruh. Hasil yang didapatkan bukan hanya sertifikasi halal dengan dipengaruhi oleh tekanan konsumen saja, namun itu juga mempengaruhi peningkatan pada penjualan para produsen (Talib, 2015).

### ***Analisis Hasil Jawaban Kuesioner***

Pada penelitian ini hubungan antara norma subjective dengan intensi dibagi menjadi empat yakni hubungan vertikal, horisonal, persaingan dan dengan konsmen. Hasil yang didapatkan dari kuesioner tiap indikator dirangkum sebagai berikut:

*Pertama*, Indikator hubungan vertikal pada penelitian ini yakni antara pemilik usaha mikro dengan pemerintah, tokoh agama dan orang tua. Data yang didapatkan dengan menyetujui pernyataan bahwa pemerintah, tokoh agama maupun orang tua menjadi faktor dalam mengajak dan memberikan dorongan untuk melakukan sertifikasi halal pada produk makanan atau minuman mereka. Hal ini didukung adanya paguyuban disetiap kecamatan di kabupaten Malang untuk mengkoordinir pada pengusaha mikro yang dipandu oleh Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kecil Kabupaten Malang sesuai dengan wawancara yang dilakukan dengan Bu Yuni selaku Kepala Bidang Penelitian (8 Juni 2023). Namun yang tidak sependapat dengan menjawab netral dan tidak berpendapat bahwa ketiga hal itu tidak begitu mempengaruhi keputusannya dalam pendaftaran sertifikasi halal.

*Kedua*, Indikator hubungan horizontal yakni antara pemilik usaha mikro dengan saudara, teman, tetangga dan iklan baik di TV, media sosial ataupun media massa. Mereka yang memberikan jawaban bahwa baik saudara, teman, tetangga dan iklan baik di TV, media sosial atau media masa memberikan kontribusi pendukung dalam mendaftarkan seritifikasi halal produk mereka, dikarenakan adanya ajakan di tiap RT, RW maupun desa terkait sertifikasi halal. Sisanya

mereka yang menyatakan netral dan tidak setuju menganggap bahwa hal itu tidak mempengaruhi pengambilan keputusan dalam pendaftaran sertifikasi halalnya.

*Ketiga*, Indikator hubungan antar pengusaha yakni antara pemilik usaha mikro dengan pemilik usaha mikro lainnya yang dianggap penting seperti persaingan usaha. Pada indikator ini banyak pengusaha yang sudah mengikuti pelatihan dan penyuluhan, jadi mereka mengetahui bagaimana sertifikasi halal bisa meminimalisir persaingan yang tidak sehat. Sedangkan mereka yang tidak setuju dengan pernyataan itu lebih mengedepankan faktor lain dalam pendaftaran sertifikasi halal pada produk mereka.

*Keempat*, Indikator hubungan dengan konsumen yakni antara pemilik usaha dengan konsumen (pembeli). Para pemilik usaha banyak berpendapat bahwa memang adanya dorongan dari konsumen dalam mendaftarkan sertifikasi halal produk mereka. Namun ada juga yang menjawab netral bahkan tidak setuju dengan adanya dorongan dari konsumen untuk sertifikasi halal pada produknya.

### **C. Pengaruh Kontrol Perilaku/ *Behavior Control* terhadap Intensi Pendaftaran Sertifikasi Halal**

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan antara variabel *behavioral control* dengan intensi, berhubungan signifikan positif. Artinya, kenaikan kontrol perilaku bisa meningkatkan intensi pendaftaran sertifikasi halal produk makanan dan minuman di kabupaten Malang. Kemudahan prosedur, kecepatan waktu pengurusan dan biaya yang terjangkau menjadi faktor peningkatan dalam kontrol perilaku yang bisa menyebabkan peningkatan dalam intensi pendaftaran

sertifikasi halal para pemilik usaha makanan dan minuman. Maka sebaliknya, jika prosedur pengurusan berbelit-belit (kurang sosialisasi), waktu yang lama dan biaya yang tidak terjangkau bagi pemilik usaha mikro maka bisa menjadi pemicu menurunnya intensi pendaftaran sertifikasi halal yang akan mereka lakukan.

Ajzen (2005) mengemukakan bahwa intensi ialah kemungkinan yang menggambarkan apa yang nantinya akan seorang individu akan lakukan dikemudian hari. Intensi adalah sebuah prediktor terbaik dalam meramalkan apa yang akan dilakukan seseorang (I. Ajzen & Klobas, 2013). Komponen pembentuk intensi salah satunya adalah kontrol perilaku. Hasil pada penelitian ini, kontrol perilaku mencerminkan bahwa jika adanya faktor pendorong dalam hal waktu yang cepat, biaya ringan dan efisiensi dalam penanganan maka bisa menaikkan intensi pendaftarasn sertifikasi halal produk makanan dan minuman. Namun sebaliknya jika faktor penghambat dari kontrol perilaku yang dominan dengan indikasi pengurusan waktu yang lama, biaya yang mahal atau tidak terjangkau dan prosedur yang kurang atau tidak efisiensi dapat menjadikan intensi pendaftaran sertifikasi halal menurun pula.

Perspektif islam mengemukakan bahwa kontrol perilaku berkaitan dengan bagaimana mempertimbangkan apa yang akan dilakukannya. Hal ini berkaitan dengan *Ahliyyah al-Ada' al-Kamilah*. Oleh sebab itu, mereka dinilai sudah memiliki kemampuan untuk melakukan pendaftaran sertifikasi halal atas produk makanan dan minumannya sendiri dengan sadar dan tanpa paksaan. Dengan analisis yang mampu mereka lakukan secara mandiri. Meski menemui hambatan-hambatan pada waktu pengurusaannya.

Hasil penelitian yang mendukung dari penelitian sebelumnya bahwa kontrol perilaku memiliki hubungan dengan intensi seseorang dalam melakukan suatu tindakan dengan menganalisis pengalaman sebelumnya baik dalam hal hambatan atau kemudahan yang akan didapatkan (Amaliatus Sholihah, 2020); (Syamsuri, 2019) dalam pendaftaran sertifikasi halal pada produk makanan dan minuman. Kontrol perilaku berupa kemudahan yang akan dirasakan menjadi faktor pendorong dalam intensi melakukan suatu tindakan (Said & Iskandar, 2020); (Vernanda et al., 2019).

Kontrol perilaku yang mempengaruhi pelaku usaha untuk mendapatkan sertifikat halal atas produk makanan dan minumannya, meliputi ketersediaan waktu dan biaya pengurusan. Saat ini memang jika mengacu pada Perppu Nomor 2 tahun 2022 tentang Cipta Kerja, Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal Kementerian Agama RI menyampaikan bahwa pengurusan sertifikasi halal bagi pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dipersingkat dari 21 hari menjadi 12 hari kerja, sejak pengajuan ke BPJPH dan verifikasi validasi oleh pendamping PPH ([indonesia.go.id](http://indonesia.go.id)). Dengan adanya peraturan itu membuktikan bahwa pemangkas masa pengurusan sudah dilakukan untuk efisiensi kepengurusan. Meskipun waktu pengurusan sudah dipangkas menjadi 12 hari kerja, bisa jadi masih ada pelaku usaha mikro yang merasa kesulitan untuk menyediakan waktu khusus demi mengurus pendaftaran sertifikasi halal. Apalagi jika termasuk pelaku usaha yang menggantungkan hidupnya pada penghasilan harian.

Terkait biaya pengurusan, responden penelitian ini terbatas pada pelaku Usaha Mikro makanan dan minuman, sehingga biaya permohonan sertifikat halal

senilai Rp350.000. Apalagi Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) Kemenag RI membuka pendaftaran Sertifikasi Halal Gratis (SEHATI) 2023 untuk 1 juta kuota bagi pelaku Usaha Mikro Kecil (UMK) se Indonesia. Hanya saja, ada persyaratan yang harus dipenuhi. Misalnya, memiliki hasil penjualan tahunan (omset) maksimal Rp500.000.000 (lima ratus juta rupiah) yang dibuktikan dengan pernyataan ([kemenag.go.id](http://kemenag.go.id)).

### ***Analisis Hasil Jawaban Kuesioner***

Pada penelitian ini hubungan antara kontrol perilaku dengan intensi pendaftaran sertifikasi halal di bagi menjadi dua, yakni faktor pendukung dan faktor penghambat. Hasil yang didapatkan setelah menyebarkan kuesioner yakni dari 300 responden dibagi menjadi dua indikator yakni adanya faktor pendukung dan adanya faktor penghambat.

*Pertama*, Faktor Pendukung. Banyak yang menyatakan bahwa pendaftaran sertifikasi halal mudah dan murah karena dengan adanya pendampingan dari Dinas dan bantuan dari paguyuban usaha mikro maka bisa lebih terliterasi dan dapat langsung melihat manfaat yang didapatkan ketika pendaftaran (pendampingan) dan setelah pendaftaran (pelatihan dan kontrol dari Dinas) bahwa terkadang mereka lebih merasa bahwa ada beberapa informasi dan kemudahan setelah mendaftarkan sertifikasi halal. Sedangkan yang bersikap netral dan tidak sependapat bahwa pendaftaran itu mudah dan murah. Mereka kurang faham dengan fungsi dari sertifikasi itu sendiri dan juga karena pendapatan mereka terbilang tidak menentu atau kecil.

*Kedua*, Faktor Penghambat. Pada indikator dalam item diatas banyak yang setuju dengan pernyataan bahwa dalam pengurusan sertifikasi halal memang terkesan lama, sulit, mahal dan sebentarannya waktu kepengurusan. Namun ada sedikit juga yang berpendapat bahwa terkait waktu yang lama, sulit dan mahal dalam waktu kepengurusan itu tidak begitu dipermasalahkan.

#### **D. Pengaruh Sikap/*Attitude*, Norma Subjektif/*Subjective Norm* dan Kontrol Perilaku/ *Behavior Control* terhadap Intensi Pendaftaran Sertifikasi Halal**

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, variabel *attitude*, *subjective norm* dan *behavior control* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap intensi. Artinya, terdapat pengaruh secara simultan (bersama-sama) yang signifikan dan positif antara variabel *attitude*, *subjective norm* dan *behavior control* terhadap intensi pendaftaran sertifikasi halal pada usaha mikro makanan dan minuman di Kabupaten Malang. Jika ada kenaikan pada *attitude*, *subjective norm* dan *behavior control* maka akan meningkatkan intensi pemilik usaha untuk mendaftarkan sertifikasi halal pada produknya.

Ajzen (2005) mengemukakan bahwa sebuah intensi akan besar kemungkinan dilakukan jika terdapat tiga komponen pembentuknya, yakni *attitude*, *subjective norm* dan *behavior control*. Sebagai prediktor yang baik dalam meramalkan perilaku yang akan datang ini, intensi akan meningkat jika *attitude*, *subjective norm* dan *behavior control* juga mengalami peningkatan baik dalam segi sikap dalam diri (*attitude*), lingkungan sekitar (*subjective norm*) dan faktor

pendorong dan penghambatnya (*behavior control*). Ketiga komponen ini akan meningkatkan intensi pemilik usaha dalam intensi pendaftaran sertifikasi halal pada produk mereka. Hal itu selaras dengan hasil penelitian ini yang mendapatkan kesimpulan bahwa dengan adanya kenaikan pada *attitude, subjective norm dan behavior control* maka akan memperkuat intensi sertifikasi halal pada produk makanan dan minuman mereka.

Selaras dengan hasil yang didapatkan dalam penelitian ini bahwa *attitude* (Giyanti et al., 2021), *subjective norm dan behavior control* memiliki pengaruh pada intensi (Said & Iskandar, 2020); (A.N. Ahmad, 2017). Keselarasan ketiga hal itu yakni *attitude, subjective norm dan behavior control* dalam diri pemilik usaha dengan wujud yang positif dengan munculnya motivasi dan adanya fasilitas yang mendukung maka akan semakin meningkatkan intensi dalam pendaftaran sertifikasi halal produk makanan dan minuman (Amaliatus Sholihah, 2020).

Dari perspektif hukum Islam, pelaku usaha mikro yang menjadi responden penelitian ini, berstatus sebagai mukallaf. Yaitu orang yang dewasa secara fisik (*baligh*) maupun psikis (*'aqil*). Oleh sebab itu, intensi yang muncul pada diri orang mukallaf itu berdasarkan pertimbangan sukarela (*mukhtar*), bukan karena keterpaksaan (*mukrah 'alaih*).

Di sisi lain, pertimbangan sukarela yang berasal dari diri orang mukallaf, dipengaruhi oleh banyak variabel, termasuk variabel sikap, norma subyektif dan kontrol perilaku. Dalam konteks hukum Islam, variabel sikap berhubungan dengan pertimbangan manfaat dan kemaslahatan duniawi-ukhrawi; variabel norma subyektif berhubungan dengan pertimbangan ketaatan dan ketakwaan

terhadap ajaran Islam; sedangkan variabel kontrol perilaku, berhubungan dengan pertimbangan kekuatan-kelemahan internal dan peluang-tantangan eksternal. Semua variabel tersebut, secara simultan maupun secara parsial, mempengaruhi intensi seseorang untuk melakukan perilaku tertentu.

## BAB VI

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

1. Sikap/*attitude* berpengaruh signifikan dan positif terhadap intensi pendaftaran sertifikasi halal produk makanan dan minuman di Kabupaten Malang, dengan nilai koefisien yang bernilai positif sebesar 0,040; nilai probabilitas signifikansi sebesar  $0.002 < 0.05$  dengan nilai t statistik sebesar  $3,089 > 1,98$ . Keyakinan adanya penjaminan produk halal pada konsumen, meningkatkan penjualan, perluasan pemasaran produk dan adanya penjaminan keamanan dari pemerintah maka akan meningkatkan intensi dalam pendaftaran sertifikasi halal produk makanan dan minuman mereka. Peningkatan dalam hal ini buukan hanya dilihat dari segi duniawi namun juga *ukhrowi* dengan adanya jaminan produk halal maka sama dengan *hifdz ad-diin*, meningkatkan penjualan sama dengan *hifdz al-mal* dan perlindungan pemerintah sama dengan *hifdz al-nafs*.
2. Norma subjektif/*subjective norm* berpengaruh signifikan dan positif terhadap intensi pendaftaran sertifikasi halal produk makanan dan minuman di Kabupaten Malang, dengan nilai koefisien yang bernilai positif 0,107; nilai probabilitas signifikansi sebesar  $0.000 < 0.05$  dengan nilai t statistik sebesar  $9,738 > 1,98$ . Norma subjektif diartikan dengan bagaimana lingkungan sekitar dalam mempengaruhi

seseorang, maka jika hal itu terjadi dengan tuntutan (vertikal seperti pemerintah, ulama, orang tua dan atasan) dan dihormati/disegami (horizontal seperti teman, tetangga, media pesainng dan konsumen) bisa meningkatkan intensi dalam pendaftaran sertifikasi halal. Perspektif islam pada hal ini tiddak semua bisa mempengaruhi saalah satunya dari orang tua karena para pengusaha sudah dikatakan akil baligh. Pada hal horizontal pula deengan berlomba-lomba dalam kebaikan. Pengaruh dari konsumen dengan kewajiban pengusaha dalam menjual perkara halal. Dan jika antar pengusaha dengan kembali pada hukum asal dari sertifikasi halal yakni mubah.

3. Kontrol perilaku/*behavior control* berpengaruh signifikan terhadap intensi pendaftaran sertifikasi halal produk makanan dan minuman di Kabupaten Malang, dengan nilai koefisien positif 0,041; nilai probabilitas signifikansi sebesar  $0.000 < 0.05$  dengan nilai t statistik sebesar  $2,828 > 1,98$ . Kontrol perilaku dengan adanya kemudahan prosedur, kecepatan waktu pengurusan dan biaya yang terjangkau bisa menjadi faktor penentu intensi pendaftaran sertifikasi halal. Penilaian terkait kontrol perilaku jika dilakukan dalam perspektif islam bisa mengaitkan dengan bagaimana seseorang mempertimbangkan apa yang akan dilakukannya. Hal ini berkaitan dengan *Ahliyyah al-Ada' al-Kamilah*. Oleh sebab itu, mereka dinilai sudah memiliki kemampuan untuk melakukan pendaftaran sertifikasi halal atas

produk makanan dan minumannya meski menemui hambatan-hambatan

4. Sikap/*attitude*, norma subjektif/*subjective norm* dan kontrol perilaku/*behavior control* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap intensi pendaftaran sertifikasi halal produk makanan dan minuman di Kabupaten Malang, dengan probabilitas signifikansi sebesar  $0.000 < 0.05$  dengan nilai F statistik sebesar  $86,774 < 1,98$ . Ajzen juga mengemukakan bahwa intensi bisa besar kemungkinan dilakukan dengan adanya tiga faktor yakni *attitude*, *subjective norm* dan *behavior control*. dengan adanya kenaikan pada *attitude*, *subjective norm* dan *behavior control* maka akan memperkuat intensi sertifikasi halal pada produk makanan dan minuman mereka. Pandangan islam bahwa dengan responden penelitian ini yang sudah berstatus sebagai mukallaf - dewasa secara fisik (*baligh*) maupun psikis (*'aqil*). Oleh sebab itu, intensi yang muncul pada diri orang mukallaf itu berdasarkan pertimbangan sukarela, bukan karena keterpaksaan.

## **B. Implikasi Teoretis**

Implikasi teoretis temuan ini adalah memperkuat posisi TPB sebagai variabel yang mempengaruhi intensi. Pada saat yang sama, temuan penelitian ini selaras dengan temuan Afrila Mu'arofah (2020), Imam Noor Said dan Deden Dinar Iskandar (2020), Leonel da Cruz, Ni Wayan Sri Suprapti dan Ni Nyoman Kerta Yasa (2015), Agustini Dyah Respati dan Singgih Santoso (2021), Ni

Nyoman Anggar Seni dan Ni Made Dwi Ratnadi (2017), serta Tessa Mariana, Dwi Suhartanto dan Arie Indra Gunawan (2020) yang menyatakan bahwa TPB berpengaruh signifikan dan positif terhadap intensi seseorang untuk melakukan perilaku tertentu.

Limitasi penelitian ini adalah responden penelitian yang mayoritas berstatus muslim, karena hanya 1 responden saja yang berstatus non-muslim. Idealnya, responden penelitian terkait intensi pendaftaran sertifikat halal, bisa menjangkau lebih banyak lagi pelaku usaha mikro yang berstatus non-muslim, namun memiliki intensi untuk mendapatkan sertifikat halal, sebagaimana waralaba asal negara-negara minoritas muslim yang mendapatkan sertifikat halal saat menjalankan usahanya di Indonesia.

### **C. Saran**

Pendekatan kuantitatif yang digunakan dalam tesis ini, dapat ditindaklanjuti dengan penelitian berbasis pendekatan kualitatif. Terutama untuk mengeksplorasi poin-poin utama terkait Sikap, Norma Subyektif dan Kontrol Perilaku yang dapat mempengaruhi intensi pelaku Usaha Mikro untuk mendaftarkan sertifikasi halal atas produk makanan dan minumannya.

Melalui penelitian berbasis kualitatif, dapat diketahui secara ilmiah apa saja manfaat dan kerugian yang menjadi pertimbangan pelaku usaha mikro dalam konteks sikap; apa saja atau siapa saja pihak eksternal yang menjadi pertimbangan pelaku usaha mikro dalam konteks norma subyektif vertikal maupun horizontal; serta apa saja faktor pendukung dan penghambat yang menjadi pertimbangan pelaku usaha mikro dalam konteks kontrol perilaku, sehingga mempengaruhi

intensi atau keputusan pelaku usaha mikro untuk mendaftarkan sertifikasi halal atas produk makanan dan minumannya.

Hasil dari penelitian ini, karena terbukti bisa meningkatkan penjualan pada produk pada usaha mikro. Maka bisa menjadi acuan pendaftaran sertifikasi halal pada usaha mikro lain baik di kabupaten Malang atau daerah lain yang belum mendaftarkan sertifikasi halal pada produk makanan dan minuman mereka.

## DAFTAR PUSTAKA

- A.N. Ahmad, M. othoman and U. F. U. Z. A. (2017). Critical Success Factor Affecting the Implementation of Halal Food Management System: Perspective of Halal Executives, Consultaants and Auditors. *Food Control*.
- Ab Talib, M. S., Ai Chin, T., & Fischer, J. (2017). Linking Halal food certification and business performance. *British Food Journal*, 119(7), 1606–1618. <https://doi.org/10.1108/BFJ-01-2017-0019>
- adlh004. (2022). *Wapres Paparkan Empat Strategis Pemerintah Untuk Dorong UMK Halal*. KOMINFO. <https://m.kominfo.go.id/content/detail/42433/wapres-paparkan-empat-strategi-pemerintah-untuk-dorong-umk-halal/0/berita>
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179–211.
- Ajzen, I. (2020). The theory of planned behavior: Frequently asked questions. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 2(4), 314–324. <https://doi.org/10.1002/hbe2.195>
- Ajzen, I., & Klobas, J. (2013). Fertility intentions. *Demographic Research*, 29(December), 203–232. <https://doi.org/10.4054/demres.2013.29.8>
- Ajzen, M. F. & I. (1975). *Belief, Attitude, Intention and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. Addison-Wesley Publishing Company Inc, Menlo Park.
- Al-Baqi, M. F. ‘Abd. (2007). *al-Mu’jam al-Mufahras li Alfazh Al-Qur’an*. Dar al-Hadits.
- Al-Bukhori, A. A. M. bin I. bin I. bin M. (1992). *Shohih Bukhori*. Dar al Kotobb al Ilmiyah.
- Al-Ghozali, A. H. (489 C.E.). *Ihyak Ulumuddin*.
- Amaliatus Sholihah, F. S. (2020). Jurnal maneksi vol 9, no. 2, desember 2020. *Jurnal Maneksi*, 9(2), 389–395.
- Aminah, A. N. (2022). *Kepo Fest 2022 Diharap Bangkitkan Potensi UMKM di Kabupaten Malang*. Republika. <https://news.republika.co.id/berita/rnjorx384/kepo-fest-2022-diharap-bangkitkan-potensi-umkm-di-kabupaten-malang>
- Arintawati, K. S. dan M. (2023). *Sejarah dan Peran LPPOM MUI dalam Merintis Sertifikasi Halal Menuju Wajib Sertifikasi Halal 2024*. <https://halalmui.org/sejarah-dan-peran-lppom-mui-dalam-merintis-sertifikasi-halal-menuju-wajib-sertifikasi-halal-2024/>
- Aslan, H. (2023). The influence of halal awareness, halal certificate, subjective norms, perceived behavioral control, attitude and trust on purchase intention

- of culinary products among Muslim costumers in Turkey. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 32. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2023.100726>
- Auda, J. (2015). *Membumikan Hukum Islam Melalui Maqasid Syariah* (T. R. d. el-Mu'im (ed.)). Mizan.
- Ayu, M. (2022). *Jumlah Penduduk Muslim Indonesia Terbesar di Dunia pada 2022*. DataIndonesia.Id. <https://dataindonesia.id/ragam/detail/populasi-muslim-indonesia-terbesar-di-dunia-pada-2022>
- Badan Pusat Statistik(BPS), K. K. dan U. K. dan M. (2021). *Jumlah Perusahaan Menurut Provinsi (Unit), 2019-2021*. Badan Pusat Statistik. <https://www.bps.go.id/indicator/170/440/1/jumlah-perusahaan-menurut-provinsi.html>
- Bakar, A. A., Al, R., Saad, J., Khalilah, S., Basarud-Din, B., Zakat, L., Kedah, N., & Khalilah Basarud-Din Phd, S. (2017). Assessing Challenges of Implementation Halal Food Certificate Among Bumiputera Small and Medium Enterprises. *Journal of Humanities, Language, Culture and Business (HLCB)*, 1(2), 1268147. [www.icohlcb.com](http://www.icohlcb.com)
- Bank Indonesia. (2015). Profil Bisnis Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Ukm). *Bank Indonesia Dan LPPI*, 14.
- Bank, T. W. (2023). *Small and Medium Enterprises (SMEs) Finance*. <https://www.worldbank.org/en/topic/sme/finance>
- Penetapan Tarif Layanan Badan Layanan Umum Badan Penyelenggaraan Jaminan Produk Halal, (2021).
- BPS. (2021a). *Industri Pengolahan*. Badan Pusat Statistik.
- BPS. (2021b). *Usaha*. Badan Pusat Statistik. <https://www.bps.go.id/subject/35/usaha-mikro-kecil.html#subjekViewTab1>
- Bungi, B. (2006). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Komuniaksi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Kencana.
- Christopher J. Armitage, J. C. (2004). *Planned Behavior: The Relationship between Human Thought and Action*. Transaction Publishers.
- Datak, G., Sylvia, E. I., & Manuntung, A. (2018). Pengaruh Cognitive Behavioral Therapy Terhadap Self Efficacy dan Self Care Behavior Pasien Hipertensi di Kota Palangka Raya. *Jurnal Surya Medika*, 3(2), 132–143. <https://doi.org/10.33084/jsm.v3i2.113>
- Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Jawa Timur. (2018). *Data UKM*. Dinas Koperasi Dan UKM Provinsi Jawa Timur. <https://diskopukm.jatimprov.go.id/info/data-ukm>
- Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Jawa Timur. (2023). *Pemberdayaan UMKM Jatim Melalui Pendampingan Sertifikasi Halal Self Declare*. Dinas Koperasi Dan UKM Provinsi Jawa Timur.

<https://diskopukm.jatimprov.go.id/berita/pemberdayaan-umkm-jatim-melalui-pendampingan-sertifikasi-halal-self-declare>

- Frackiewicz, E. (2018). Small and Medium Enterprises in the Food and Beverage Sector-The Potential of the European Market. *The Sustainable Marketing Concept in European Smes: Insights from the Food and Drink Industry*, 141–163. <https://doi.org/10.1108/978-1-78754-038-520180007>
- Ghazali. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gherhes, C., Williams, N., Vorley, T., & Vasconcelos, A. C. (2016). Distinguishing micro-businesses from SMEs: a systematic review of growth constraints. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 23(4), 939–963. <https://doi.org/10.1108/JSBED-05-2016-0075>
- Giyanti, I., Indrasari, A., Sutopo, W., & Liquiddanu, E. (2021). Halal standard implementation in food manufacturing SMEs: its drivers and impact on performance. *Journal of Islamic Marketing*, 12(8), 1577–1602. <https://doi.org/10.1108/JIMA-11-2019-0243>
- Hakim, A. H. (2007). *al-Sullam*. Maktabah al-Sa’adiyyah Putra.
- Hanim, L., & Noorman, M. S. (2023). *Implementation of Halal Certification for Micro, Small and Medium Enterprises (MSMES) in an Effort to Provide Halal Product Guarantee in Indonesia*. Atlantis Press SARL. [https://doi.org/10.2991/978-2-38476-074-9\\_37](https://doi.org/10.2991/978-2-38476-074-9_37)
- Hardum, S. E. (2021). *Sektor Makanan dan Minuman Penyumbang PDB Industri Nonmigas Terbesar*. <https://www.beritasatu.com/ekonomi/752649/sektor-makanan-dan-minuman-penyumbang-pdb-industri-nonmigas-terbesar>
- Herdiansyah, H. (n.d.). *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu-Ilmu Sosial*. Salemba Humanika.
- Humas01. (2023). *Kampanye Mandatory Halal Kankemenag Kab. Malang*. Kementrian Agama Kabupaten Malang. <https://malang.kemenag.go.id/read/kampanye-mandatory-halal-kankemenag-kab-malang>
- Iswati, M. A. dan S. (2009). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Airlangga University Press.
- Jakiyudin, A. H., & Fedro, A. (2022). Sehati: Peluang Dan Tantangan Pemberian Sertifikasi Halal Gratis Bagi Pelaku Umk Di Indonesia. *Al-Mustashfa: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah*, 7(2), 182. <https://doi.org/10.24235/jm.v7i2.10666>
- Jr Norris F. Krueger, A. L. C. (1993). Entrepreneurial Intentions: Applying the Theory of Planned Behaviour. *Entrepreneurship & Regional Development: An International Journal*, 315–330.
- Jumantoro, S. M. T. (2005). *Kamus Ilmu Ushul Fikih*. Amzah.

- Kemenko PMK. (2020). *Pemerintah Permudah Sertifikasi Halal bagi Pelaku UMK Untuk Hadapi Tantangan Global*. Kemenko PMK. <https://www.kemenkopmk.go.id/pemerintah-permudah-sertifikasi-halal-bagi-pelaku-umk-untuk-hadapi-tantangan-global>
- Khan, S., Khan, M. I., & Haleem, A. (2019). Evaluation of barriers in the adoption of halal certification: a fuzzy DEMATEL approach. *Journal of Modelling in Management*, 14(1), 153–174. <https://doi.org/10.1108/JM2-03-2018-0031>
- Leonel da Cruz, N. W. S. S. dan N. N. K. Y. (2015). Aplikasi Theory of Planned Behavior dalam Membangkitkan Intensi Berwirausaha bagi Mahasiswa Fakultas Ekonomi UNPAZ, Dili Timor Leste. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 4, 899.
- Listyoningrum, A., & Albari, A. (2017). Analisis Minat Beli Konsumen Muslim Terhadap Produk Yang Tidak Diperpanjang Sertifikat Halalnya. *Jurnal Ekonomi & Keuangan Islam*, 2(1), 40–51. <https://doi.org/10.20885/jeki.vol2.iss1.art4>
- Maharani, A. S. S. dan V. (2017). *Metode Penelitian Sumber daya Manusia dan Teori, Kuisisioner dan Analisis Data*. Malang.
- Malhotra, N. K. (2009). *Riset Pemasaran Pendekatan Terapan* (Edisi Keem).
- Marisi Butarbutar, D. (2021). *Teori Perilaku Organisasi*. Yayasan Kita Menulis.
- Meo, M. S., Khan, V. J., Ibrahim, T. O., Khan, S., Ali, S., & Noor, K. (2018). Asymmetric impact of inflation and unemployment on poverty in Pakistan: new evidence from asymmetric ARDL cointegration. *Asia Pacific Journal of Social Work and Development*, 28(4), 295–310. <https://doi.org/10.1080/02185385.2018.1523745>
- Mu'arrafah, A. (2020). *PENGARUH THEORY OF PLANNED BEHAVIOR TERHADAP PERILAKU PEMBELIAN PRODUK BERLABEL HALAL DI SUPERMARKET*.
- Nilawati Nasti, A. H. L. (2021). *Perilaku Konsumsi Beras Organik di Indonesia*. CV. Azka Pustaka.
- Ningrum, J. W., Khairunnisa, A. H., & Huda, N. (2020). Pengaruh Kemiskinan, Tingkat Pengangguran, Pertumbuhan Ekonomi dan Pengeluaran Pemerintah Terhadap Indeks Pembangunan Manusia (IPM) di Indonesia Tahun 2014-2018 dalam Perspektif Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(2), 212. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i2.1034>
- Oemar, H., Achiraeniwati, E., Rejeki, Y. S., Septiani, A., & Amrullah, E. (2020). *Improving the Awareness of Providing Halal Food Among Street Vendors*. 409(SoRes 2019), 17–20. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.200225.005>
- Peraturan Pemerintah (PP) Jaminan Produk Halal, (2021).
- Prabowo, S., Rahman, A. A., Asnarulkhadi, Rahman, S. A., & Samah, A. A. (2015). Article information : Revealing factors hindering halal certification

- in east kalimantan Indonesia. *Revealing Factors Hindering Halal Certification in East Kalimantan Indonesia*, 6(2), 268–291.
- Puspaningtyas, M., Sulastri, S., & Putri, D. M. (2020). Sertifikat Halal Bagi Produk Makanan dan Minuman untuk Meningkatkan Citra UMKM di Kabupaten Blitar. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 9(2), 101. <https://doi.org/10.30999/jpkm.v9i2.647>
- Puspapertiwi, E. R. (2022). *Ada Mie Gacoan dan Mixue , Hati - hati 7 Merek Ini Belum Bersertifikat Halal MUI , Simak Syarat dan Cara Ceknya*. <https://demakbicara.pikiran-rakyat.com/lifestyle/pr-1395383627/ada-mie-gacoan-dan-mixue-hati-hati-7-merek-ini-belum-bersertifikat-halal-mui-simak-syarat-dan-cara-ceknya>
- Rachmawati, A. V. and R. (2017). Motives and Challenges of Small Business for Halal Certification: the Case of Indonesia. *World Journal of Social Sciences*, 7, 136–146.
- Ramdhani, N. (2011). *Penyusunan Alat Pengukur Berbasis Theory of Planned Behavior I*. 19(2), 55–69.
- Rochmah, D. A. W. dan T. N. (2017). Aplikasi Theory of Planned Behavior dalam Membangkitkan Intensi Pasien Untuk Melakukan Operasi Katarak. *Administrasi Kesehatan Indonesia*, 2, 2–5. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PT/TXT/PDF/?uri=CELEX:32016R0679&from=PT%0Ahttp://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:52012PC0011:pt:NOT>
- Rosidin. (2021). *Pengantar Ushul Fiqih & Qawa'idul Fiqhiyyah*. Edulitera.
- Saadiah, R. (2019). Peran Lembaga Keuangan Terhadap Pengembangan Umkm Di Kota Malang. *Jurnal Pangripta*, 2(1), 321–332. <https://pelakuekonomi.malangkota.go.id/index.php/PANGRIPTA/article/view/49>
- Said, I. N., & Iskandar, D. D. (2020). Entrepreneurship Monitor ( GEM ) mengenai minat berwirausaha di Indonesia juga menunjukkan kecenderungan minat. *Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Administrasi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 5(2), 201–211.
- Saiman, M. Z., & Yusma, N. S. (2022). Issues and challenges of promotion halal certification for Muslim entrepreneurs in Malaysia. *Al-Qanatir International Journal of Islamic Studies*, 28(2), 116–128. <http://al-qanatir.com>
- Salahuddin, N., Salahuddin, N. R., & Khamarudin, M. (2021). The Importance of Industry Value Chain for Development of Malaysian Halal Industry. *Modeling Economic Growth in Contemporary Malaysia*, 117–125. <https://doi.org/10.1108/978-1-80043-806-420211010>
- Salindal, N. A. (2019). Halal certification compliance and its effects on companies' innovative and market performance. *Journal of Islamic Marketing*, 10(2), 589–605. <https://doi.org/10.1108/JIMA-04-2018-0080>

- Setiawan, Y., & Setyorini, R. (2015). Pengaruh Sikap , Norma Subjektif Dan Perceived Behavior Berlabel Halal Pada Masyarakat Desa Cipeujeuh-Kabupaten Bandung the Influence of Attitude , Subjective Norm and Perceived Behavioral Control ( Pbc ) To the Intention of Buying Halal Products Food in. *E-Proceeding of Management*, 2(2), 2088–2095.
- Sinaga, N. dan A. I. (2018). *Fiqh dan Ushul Fiqh*. Prenadamedia Group.
- Siregar, A. Z., & Harahap, N. (2019). *Strategi dan teknik penulisan karya tulis ilmiah dan publikasi*. Deepublish.
- Siska, S., Rahmi, H., Fitriani, & Dewanti, E. (2020). Workshop dan Pelatihan Pengajuan Sertifikat Halal bagi Pelaku Industri Makanan Olahan UMKM. *Jurnal SOLMA*, 9(1), 201–208. <https://doi.org/10.29405/solma.v9i1.3823>
- Sugiono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*.
- Sutisna, M. S. (2022). *Perilaku Konsumen: Sebagai Dasar untuk Merancang Strategi Pemasaran*.
- Syamsuri, S. (2019). Analisis Konsep Theory of Planned Behavior Terhadap Pembelajaran Wirausaha Dan Pendidikan Ekonomi Keluarga Pelaku Umkm. *Jurnal PROFIT Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi*, 6(2), 101–113. <https://doi.org/10.36706/jp.v6i2.9795>
- Syihabuddin, Z. A. al-F. 'Abdur R. bin. (795). *Jami' al-'Ulum wal Hakim Syarah Khomsina Haditsan min Jawami'ul Kalam*.
- Talib, M. S. A. (2015). Motivations and benefits of Halal food safety certification. *Journal of Islamic Marketing*, 8(4), 605–624.
- Timur, D. K. dan U. P. J. (2023a). *No Title*. <https://diskopukm.jatimprov.go.id/info/data-ukm>
- Timur, D. K. dan U. P. J. (2023b). *SURVEI INDEKS KEPUASAN MASYARAKAT (IKM)*. [https://data.diskopukm.jatimprov.go.id/satu\\_data/statistik](https://data.diskopukm.jatimprov.go.id/satu_data/statistik)
- Ulya, F. N. (2022). *Hingga 2022, 10.643 UMK Dapat Sertifikasi Halal LPPOM MUI*. <https://money.kompas.com/read/2022/06/09/120110426/hingga-2022-10643-umk-dapat-sertifikasi-halal-lppom-mui?page=all>
- Undang-Undang UMKM, (2008).
- Undang-Undang Jaminan Produk Halal, (2014).
- Usman, H., Chairy, C., & Projo, N. W. K. (2023). Between awareness of halal food products and awareness of halal-certified food products. *Journal of Islamic Marketing*, 14(3), 851–870. <https://doi.org/10.1108/JIMA-07-2021-0233>
- Vernanda, R., Hidayat, A., & Andika, B. T. (2019). The influence of attitude, subjective norm, and perceived behavioral control on purchase interest and behavior of halal food product with halal awareness as moderated variable. *International Journal of Science and Research*, 8(11), 1969–1976.

- Wahab, A. R. and K. A. (2016). The Human Capital and the obtainment of Halal Certification. *Journal of Islamic Marketing*.
- Wikipedia. (n.d.). *UMKM*.  
[https://id.wikipedia.org/wiki/Usaha\\_mikro\\_kecil\\_menengah](https://id.wikipedia.org/wiki/Usaha_mikro_kecil_menengah)
- Wiryaningsih, karimah, I., Syahida, A. Q., & Nabilah, A. M. (2020). *The Optimization of Halal Certification in Indonesia: Finding Right Balance between Consumer and Businessmen Interest*. 499(Icolgas), 401–408.  
<https://doi.org/10.2991/assehr.k.201209.319>
- Yap, & Ng, X. H. (2018). (2018). Motivations and limitations in implementing Halal food certification. *The Eletronic Library*, 34(1), 1–5.
- Zailani, M. I. S. (2015). *Drivers of Halal Orinetation Strategy among Halal Food Firms. Unit 07*, 1–5.

## LAMPIRAN

### Dokumentasi Penelitian

	
<p><b>Pak Made Dinas Koprasi dan Usaha Mikro Kecil</b></p>	<p><b>Resepsionis Dinas Koprasi dan Usaha Mikro Kecil</b></p>
	
<p><b>Bu Yuni Bagian Penelitian Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kecil</b></p>	



**Wawancara dengan Bagian Sertifikasi Halal Kemenag Kab. Malang**

## Surat Ijin Penelitian



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG**  
**PASCASARJANA**

Jalan: Ir. Soekarno No.34 Dadaprejo, Kota Batu 65323. Telepon: 0341-531133  
Website: <http://pasca.uin-malang.ac.id>, Email: [pps@uin-malang.ac.id](mailto:pps@uin-malang.ac.id)

---

Nomor : B-581/Ps/PP.09/5/2023  
Hal : Permohonan Ijin Penelitian

23 Mei 2023

Kepada  
Yth. Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Malang

di Tempat

*Assalamu 'alaikum Wr. Wb*

Dalam rangka penyelesaian tugas studi bagi mahasiswa kami, maka mohon dengan hormat Bapak/Ibu untuk berkenan memberi ijin kepada mahasiswa di bawah ini melakukan penelitian pada lembaga yang Bapak/Ibu pimpin:

Nama : Masuda Khamsyah  
NIM : 210504210010  
Program Studi : Magister Ekonomi Syariah  
Pembimbing : 1. Prof Dr. H. Muhammad Djakfar, Sh., M. Ag.  
2. Khusnudin, S.Pi., M.Ed.  
Judul Tesi : Pengaruh Attitude, Subjective Norm dan Behavior Control Terhadap Intensi Pendaftaran Sertifikasi Halal Produk Makanan dan Minuman Pada Usaha Mikro di Kabupaten Malang  
Lama Penelitian : 25 Mei sampai 30 Juni 2023

Demikian permohonan ini disampaikan, atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.  
*Wassalamu 'alaikum Wr. Wb*

  
Direktur,  
  
Wahidusami



**PEMERINTAH KABUPATEN MALANG  
DINAS KOPERASI DAN USAHA MIKRO**

Jalan Trunojoyo No. Kav. 1 Telepon (0341) 393921 Fax. (0341) 393922

email:dinkop@malangkab.go.id

**KEPANJEN – MALANG 65163**

Malang, 25 Mei 2023

Kepada,

Nomor : 072/ 043 /35.07.112/2023  
Sifat : Biasa  
Lampiran : 1 (satu) Lembar  
Perihal : Permohonan Ijin Penelitian

Yth Sdr : Kepala Badan  
Kesatuan Bangsa dan Politik  
Kabupaten Malang  
di -

**MALANG**

Berdasarkan Surat dari Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang Nomor: B-581/Ps/PP.09/5/2023 perihal permohonan ijin penelitian, Pada dasarnya Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Malang **tidak keberatan** untuk memfasilitasi dilaksanakannya penelitian bagi mahasiswa :

Nama : Maulida Khasanah  
NIM : 210504210010  
Program Studi : Magister Ekonomi Syariah  
Universitas : Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

Demikian atas kerjasamanya disampaikan terima kasih.

a.n. KEPALA DINAS  
KOPERASI DAN USAHA MIKRO  
KABUPATEN MALANG



**INDAH SULISTYOWATI, S.T., M.Si.**

Pembina Tk.I

NIP. 197203291998032006