



Artikel Penelitian

Pemodelan Struktural Niat Implementasi Standar Halal Pengusaha UKM Pangan Berdasarkan Faktor Teknologi, Organisasi, dan Lingkungan

Ida Giyanti, Anita Indrasari

Universitas Setia Budi, Jalan Letjend Sutoyo Mojosongo, Surakarta, 57127, Indonesia

ARTICLE INFORMATION

Received: October 14, 19
Revised: October 22, 19
Available online: October 31, 19

KEYWORDS

Halal certification, Halal food, SEM-PLS, Food manufacturing SMEs, TOE Framework

CORRESPONDENCE

Phone: +62271 852518
E-mail: indhag7181@gmail.com

A B S T R A C T

The objective of this study is to model the technological, organizational, and environmental factors influencing the intention of food manufacturing Small Medium Enterprises (SMEs) to fulfill halal standard requirements. The research was conducted in Surakarta city in which halal-certified SMEs became the research object. Data were analyzed using Structural Equation Model-Partial Least Squares (SEM-PLS). Technological factors were measured by the perceived benefit and complexity of the halal procedure. An organizational factor was measured by SMEs awareness towards the halal standards. While the environmental factor was measured using external pressure. The result shows that the estimated model found support only for the role of perceived benefit of halal standard implementation in influencing the intention of food manufacturing SMEs to fulfill halal standard requirements. Other hypotheses were in the predicted direction but not statistically significant. A little less than half ($R^2 = 0.413$) of the variability in the intention to fulfill halal standard requirements is explained by the four variables. The structural model in this study has a predictive relevance at a moderate level with a Q^2 value of 0.208. Based on the findings of this study, it is expected that the government always explains the benefits of adopting a halal standard to the food manufacturing SMEs. Theoretically, this study makes a contribution to enriching the research literature regarding halal certification adoption factors among food manufacturing SMEs.

PENDAHULUAN

Kebutuhan akan produk halal saat ini tidak hanya terkait dengan aspek religius semata. Bagi umat Muslim, isu halal dan haram mencakup seluruh aspek dalam kehidupan. Produk dengan sertifikasi halal telah menjadi simbol jaminan kualitas yang diakui secara global. Beberapa penelitian yang dilakukan di Malaysia terhadap konsumen non-Muslim menyimpulkan bahwa konsumen non-muslim Malaysia mulai tertarik dan memperhatikan status kehalalan produk sebelum mengonsumsi suatu produk [1-6]. Konsumen non-Muslim mempersepsikan bahwa produk halal telah memenuhi standar kualitas mulai dari bahan baku, proses produksi, hingga proses logistiknya.

Indonesia sebagai negara dengan populasi penduduk Muslim terbesar di dunia, merupakan pasar yang potensial bagi produk halal. Namun demikian, besarnya potensi tersebut tidak sebanding dengan tingkat sertifikasi halal produk pangan, khususnya produk pangan yang dihasilkan oleh Usaha Kecil dan Menengah (UKM). Di Provinsi Jawa Tengah, baru sekitar 0,02 % UKM yang telah memperoleh sertifikat halal atas produknya. Sementara itu, di lingkup Kota Surakarta, sampai tahun 2017 persentase UKM yang pernah mendapatkan sertifikat halal (baik

yang saat ini statusnya masih valid maupun yang sudah tidak valid) ialah 3,92% [7]. Pengusaha beranggapan bahwa produk pangan yang mereka produksi telah menggunakan bahan-bahan yang aman dan halal sehingga tidak perlu mengurus sertifikasi halal. Padahal sertifikasi halal merupakan amanat Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 dimana pada Oktober tahun 2019 mulai diberlakukan kewajiban sertifikasi halal terhadap seluruh produk yang beredar dan diperdagangkan di Indonesia, tidak terkecuali bagi produk UKM. Untuk memenuhi amanat Undang-Undang serta meningkatkan sertifikasi halal produk pangan yang dihasilkan UKM, perlu diketahui faktor-faktor yang mempengaruhi niat sertifikasi halal oleh pengusaha UKM. Faktor-faktor tersebut dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi instansi pembina UKM untuk merancang program yang menstimulasi pengusaha UKM terkait sertifikasi halal.

Berdasarkan studi literatur terhadap beberapa penelitian sebelumnya, penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi niat sertifikasi halal oleh pengusaha UKM pangan masih terbatas. Hasil penelitian terkait faktor motivasi dan faktor eksternal yang mempengaruhi adopsi sistem manajemen keamanan pangan di Malaysia menunjukkan bahwa motivasi utama adopsi sistem manajemen keamanan pangan ialah untuk

meningkatkan kualitas produk [8]. Sedangkan faktor eksternal yang paling signifikan berpengaruh ialah kesadaran konsumen serta keinginan industri untuk meningkatkan kepercayaan konsumen [8]. Penelitian serupa terkait implementasi standar keamanan pangan oleh pengusaha UKM di Inggris menunjukkan bahwa terdapat faktor-faktor penghambat dan motivator yang mempengaruhi pengusaha UKM di Inggris untuk memenuhi standar keamanan pangan. Faktor penghambat utama untuk memenuhi standar keamanan pangan ialah terkait dengan biaya dan waktu pengurusan. Kedua faktor penghambat ini disebabkan oleh adanya hambatan lain yaitu kurangnya kepercayaan, motivasi, dan pengetahuan terkait aturan standar keamanan pangan [9].

Penelitian yang secara spesifik membahas niat sertifikasi halal telah dilakukan oleh beberapa peneliti [10-14]. Zailani *et al.* [10] menyimpulkan bahwa permintaan produk halal, dukungan pemerintah, prospek keuntungan dari bisnis halal, dan integritas merupakan faktor yang signifikan mempengaruhi pengusaha menggunakan aspek halal sebagai salah satu strategi dalam usaha mereka. Sementara itu, faktor-faktor yang diuraikan oleh beberapa peneliti [11-14] dikelompokkan berdasarkan aspek Teknologi, Organisasi, dan Lingkungan (TOE: *Technology, Organization, and Environment*). Musa dan Fam [11] melakukan studi literatur terhadap beberapa penelitian dan merangkum faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi standar halal. Kompatibilitas teknologi dan persepsi manfaat halal dikategorikan ke dalam aspek teknologi, dukungan manajemen, kesiapan organisasi, kesadaran halal, dan integritas diklasifikasikan ke dalam aspek organisasi, sementara itu dukungan pemerintah, tekanan kompetitor dan konsumen, serta permintaan pasar akan produk halal merupakan faktor-faktor yang termasuk dalam aspek lingkungan [11]. Tan *et al.* [12] menguraikan faktor-faktor yang mempengaruhi perusahaan logistik mengadopsi Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) dalam sistem transportasi halal. Selain mengelaborasi faktor-faktor dalam kerangka TOE, Tan *et al.* [12] juga menambahkan aspek Jaminan Halal sebagai faktor yang mempengaruhi adopsi TIK ke dalam sistem transportasi halal. Aspek teknologi yang dipertimbangkan ialah manfaat teknologi, kompatibilitas, kompleksitas, biaya dan image teknologi. Aspek organisasi yang dianalisis ialah kesiapan dan ukuran organisasi untuk adopsi TIK, sedangkan aspek lingkungan yang dikaji adalah insentif pemerintah dan ketidakpastian lingkungan bisnis. Hafaz *et al.* [13] menguraikan faktor pendorong dan penghambat utama yang mempengaruhi perusahaan logistik mengadopsi sistem transportasi halal. Faktor teknologi yang dimasukkan dalam analisis oleh Hafaz *et al.* [13] meliputi persepsi manfaat dan kompleksitas teknologi. Faktor organisasi yang dikaji ialah kesiapan organisasi. Tekanan kompetitor, tekanan konsumen, dan dukungan pemerintah dikategorikan ke dalam faktor lingkungan. Hasil penelitian Hafaz *et al.* [13] membuktikan bahwa persepsi manfaat, kesiapan organisasi, tekanan kompetitor dan tekanan konsumen secara signifikan mempengaruhi niat adopsi sistem transportasi halal. Kompleksitas teknologi menjadi satu-satunya faktor penghambat yang secara signifikan berpengaruh negatif terhadap niat adopsi sistem transportasi halal. Sementara itu, dukungan pemerintah tidak signifikan memiliki pengaruh terhadap niat adopsi sistem transportasi halal. Penelitian lainnya oleh Ngah *et al.* [14] mengkaji faktor-faktor yang mempengaruhi adopsi sistem pergudangan halal. Persepsi manfaat dan biaya

implementasi pergudangan halal dikategorikan ke dalam aspek teknologi. Aspek organisasi yang dikaji hanya mempertimbangkan variabel kesiapan organisasi. Dan aspek lingkungan yang dianalisis hanya variabel tekanan dari konsumen. Keempat variabel tersebut (persepsi manfaat, persepsi biaya, kesiapan organisasi, dan tekanan dari konsumen) terbukti secara statistik berpengaruh terhadap keputusan adopsi sistem pergudangan halal [14].

Berbagai penelitian yang telah diuraikan, baik terkait aspek keamanan pangan secara umum maupun spesifik terkait aspek halal, semuanya dilakukan di luar negeri dengan mayoritas di Malaysia. Penelitian Yapp dan Fairman [9] mengambil obyek UKM di Inggris namun tidak spesifik membahas standar halal. Penelitian Zailani *et al.* [10] sudah spesifik membahas implementasi standar halal, namun obyek kajian tidak spesifik pada UKM. Untuk studi kasus di Indonesia, Wahlyuo [15] menganalisis faktor yang berpengaruh terhadap kesadaran sertifikasi halal oleh produsen makanan di Yogyakarta. Dari berbagai studi literatur tersebut, dapat disimpulkan bahwa penelitian yang mengeksplorasi faktor-faktor yang berpengaruh terhadap niat sertifikasi halal oleh pengusaha UKM pangan di Indonesia masih sangat terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi niat implementasi halal oleh pengusaha UKM.

Faktor-faktor yang diidentifikasi dalam penelitian ini diklasifikasikan ke dalam aspek Teknologi, Organisasi, dan Lingkungan sebagaimana dilakukan oleh beberapa peneliti [11-14]. Faktor teknologi terdiri dari persepsi manfaat [11-14] dan kompleksitas prosedur [12,13]. Faktor organisasi direpresentasikan oleh faktor pemahaman UKM terhadap standar halal [11]. Faktor lingkungan direpresentasikan oleh faktor dorongan eksternal, baik dari konsumen [11,13,14], kompetitor [11,13], regulasi [9], maupun dukungan pemerintah [11-13]. Model penelitian ditampilkan pada Gambar 1.

Teknologi

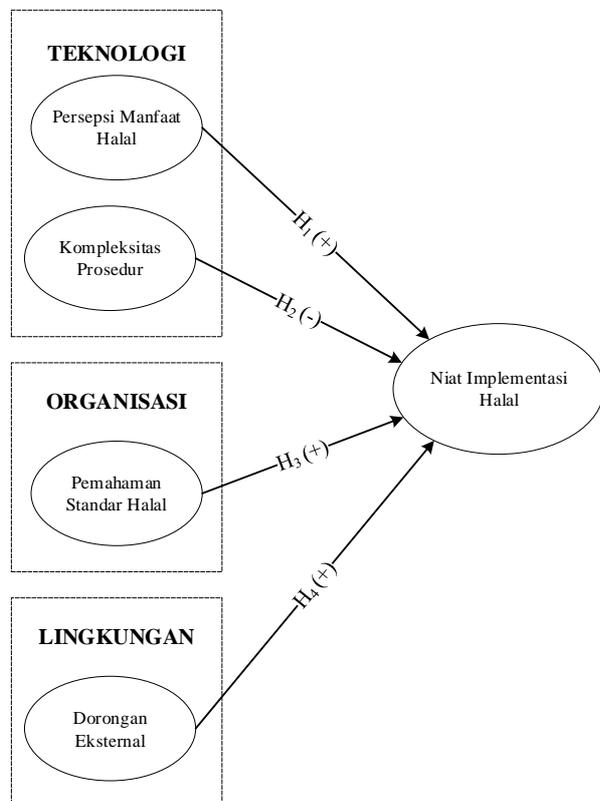
Salah satu faktor yang signifikan mempengaruhi niat pengusaha terkait pemenuhan standar halal ialah ekspektasi benefit atau implikasi keuntungan atas penerapan standar halal [10,13-15]. Implikasi implementasi sertifikasi halal, yaitu meningkatkan penjualan, profit, daya saing, pangsa pasar, produktivitas tenaga kerja, jumlah karyawan, jumlah konsumen, kepuasan dan loyalitas konsumen, serta peluang ekspor [16,17]. Sertifikasi halal juga diyakini secara internal mampu meningkatkan efisiensi proses produksi, dan secara eksternal dapat meningkatkan image dan reputasi organisasi di mata konsumen [18]. Hipotesis pertama pada penelitian ini ialah:

H₁: persepsi benefit sertifikasi halal berpengaruh positif terhadap niat implementasi standar halal pengusaha UKM.

Untuk dapat tersertifikasi halal atas produk yang dikelolanya, pengusaha UKM harus melewati beberapa tahapan proses sebelum akhirnya dikeluarkan fatwa tertulis dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang menyatakan kehalalan produk sesuai dengan syari'at Islam. Pengusaha UKM di Malaysia mempersepsikan bahwa proses pengurusan sertifikasi halal sangat kompleks [17]. Dalam penelitian lain, kompleksitas

prosedur sertifikasi halal menghambat keinginan produsen untuk mengadopsi sistem transportasi halal [13]. Di Indonesia, kompleksitas prosedur pengurusan sertifikasi halal juga menjadi salah satu faktor penghambat bagi pengusaha UKM untuk melakukan pengurusan sertifikasi halal [19-21]. Hipotesis kedua dalam penelitian ini ialah:

H₂: kompleksitas prosedur sertifikasi halal berpengaruh negatif terhadap niat implementasi standar halal pengusaha UKM.



Gambar 1. Model Penelitian

Organisasi

Pemahaman atau *awareness* organisasi mengenai praktek implementasi halal merupakan faktor penting lain yang mempengaruhi niat implementasi standar halal [9,11,12]. Pemahaman standar halal dalam hal ini menyangkut kriteria sistem jaminan halal. Implementasi standar halal di Indonesia didasarkan pada 11 kriteria Sistem Jaminan Halal (SJH) yang tercantum dalam dokumen HAS 23000, yaitu kebijakan halal, tim manajemen halal, pelatihan dan edukasi, bahan, produk, fasilitas produksi, prosedur tertulis untuk aktivitas kritis, mampu telusur, penanganan produk yang tidak memenuhi kriteria, audit internal, dan kaji ulang [22]. Hipotesis ketiga dalam penelitian ini adalah:

H₃: pemahaman terhadap praktek implementasi standar halal berpengaruh positif terhadap niat implementasi standar halal pengusaha UKM.

Lingkungan

Motivasi untuk menerapkan standar halal tidak hanya berasal dari internal organisasi tetapi juga karena adanya faktor eksternal [10,18]. Berdasarkan *Institutional Theory*, terdapat tiga dorongan eksternal terkait implementasi standar halal yaitu dorongan konsumen, desakan kompetitor, dan paksaan karena regulasi atau

Undang-Undang [23]. Tuntutan dari konsumen menjadi faktor yang signifikan mempengaruhi implementasi standar halal [13,14]. Desakan kompetitor juga terbukti menjadi faktor yang signifikan mempengaruhi adopsi standar halal [13]. Pemenuhan terhadap regulasi menjadi faktor pendorong utama bagi UKM di Inggris untuk menerapkan standar keamanan pangan [9]. Dukungan dari pemerintah baik berupa program fasilitasi maupun insentif juga berpengaruh terhadap keinginan pengusaha menerapkan standar halal [11-13]. Hipotesis keempat dalam penelitian ini yaitu:

H₄: dorongan eksternal (konsumen, kompetitor, regulasi dan dukungan pemerintah) berpengaruh positif terhadap niat implementasi standar halal pengusaha UKM.

METODE

Populasi dan Sampel

Obyek penelitian adalah UKM pangan yang terdaftar di Dinas Koperasi dan UKM Kota Surakarta yang pernah mendapatkan sertifikasi halal atas produk yang dikelolanya. Dinas Koperasi dan UKM kota Surakarta mencatat bahwa dari tahun 2012 sampai dengan 2018, terdapat 27 UKM yang memperoleh fasilitasi dari Dinas Koperasi dan UKM Provinsi untuk mendaftarkan sertifikasi halal secara gratis. Oleh karena terdapat juga UKM yang mengurus sertifikasi halal secara mandiri, peneliti kemudian melakukan penelusuran produk halal UKM melalui website www.halalmui.or.id dan www.halaljateng.or.id. Hasil penelusuran menunjukkan bahwa sampai tahun 2018, terdapat 57 UKM yang pernah memiliki sertifikat halal atas produknya. Dari 57 UKM yang merupakan populasi dalam penelitian ini, 36 UKM bersedia menjadi responden. Profil responden dan UKM ditampilkan pada Tabel 1 dan Tabel 2.

Teknik pengambilan sampel menggunakan *non-probability convenience sampling*. Dengan teknik ini memungkinkan peneliti untuk mengambil sampel yang mudah ditemui serta bersedia untuk menjadi responden penelitian. Kriteria responden ialah pemilik atau pengelola utama UKM yang terlibat selama proses pengajuan sertifikasi halal.

Tabel 1. Profil Responden

Indikator		Jumlah	%
Agama	Islam	28	77,78%
	Non Islam	8	22,22%
Gender	Laki-laki	22	61,11%
	Perempuan	14	38,89%
Usia	< 25 tahun	0	0,00%
	25-34 tahun	1	2,78%
	35-44 tahun	3	8,33%
	45-54 tahun	11	30,56%
	55-64 tahun	19	52,78%
	> 65 tahun	2	5,56%
Pendidikan	SD	1	2,78%
	SMP	4	11,11%
	SMU/ SMK	16	44,44%
	D3	4	11,11%
	D4/ S1	11	30,56%
	S2/S3	0	0,00%

Tabel 2. Profil UKM

Indikator	Jumlah	%	
Umur usaha	< 3 tahun	1	2,78%
	3-5 tahun	5	13,89%
	6-10 tahun	18	50,00%
	11-15 tahun	8	22,22%
	16-20 tahun	2	5,56%
	>20 tahun	2	5,56%
Jumlah karyawan	< 5 orang	26	72,22%
	5-9 orang	7	19,44%
	10-14 orang	1	2,78%
	15-19 orang	1	2,78%
	> 20 orang	1	2,78%
Sumber modal	Pribadi	35	97,22%
	Kerjasama	1	0,03%
	Pinjaman	0	0,00%

Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan kuesioner sebagai instrumen utama untuk pengumpulan data. Kuesioner terdiri dari tiga bagian yaitu identitas responden, profil UKM, dan item/ indikator pengukuran variabel-variabel dalam penelitian. Item pertanyaan pada bagian identitas responden dan profil UKM dibuat menggunakan pilihan ganda dan terdapat opsi jawaban terbuka apabila opsi pilihan ganda yang ada tidak sesuai dengan karakteristik responden maupun UKM. Sementara itu, item pertanyaan pada indikator pengukuran variabel-variabel penelitian dinilai menggunakan skala Likert dari "1" sampai "5". Skala "1" menyatakan bahwa responden "Sangat Tidak Setuju" dan skala "5" menyatakan bahwa responden "Sangat Setuju" terhadap pernyataan yang diberikan. Pertanyaan kuesioner pada bagian indikator pengukuran variabel-variabel penelitian sebanyak 28 item yang terdiri dari tujuh item tentang variabel Tabel 3. Variabel Penelitian dan Indikator Pengukuran

Variabel	Indikator	Item Pengukuran	Referensi
Persepsi manfaat implementasi halal (BNF)	BNF1	Penerapan standar halal meningkatkan penjualan	[10,13-15]
	BNF2	Penerapan standar halal meningkatkan kualitas produk	
	BNF3	Penerapan standar halal meningkatkan kepercayaan pelanggan	
Kompleksitas prosedur halal (CMPX)	CMPX1	Proses mengurus sertifikasi halal memerlukan waktu lama	[13]
	CMPX2	Proses mengurus sertifikasi halal memerlukan banyak biaya	
	CMPX3	Pengurusan sertifikasi halal rumit	
Pemahaman/ awareness standar halal (AWR)	AWR1	Peralatan produksi yang mengandung bahan haram tidak boleh digunakan untuk membuat olahan pangan	[11,12]
	AWR2	Bahan baku yang mengandung alkohol dan/ atau lemak babi adalah haram	
	AWR3	Bahan baku produksi harus dipisahkan antara yang halal dan yang haram	
Dorongan eksternal (EXT)	EXT1	Konsumen mulai sadar terhadap status kehalalan sehingga mendorong UKM untuk melakukan sertifikasi halal	[11-14]
	EXT2	Untuk mampu bersaing, UKM harus menerapkan standar halal dalam proses produksinya	
	EXT3	UU Sistem Jaminan Halal mendorong UKM untuk melakukan sertifikasi halal atas produknya	
	EXT4	Program bantuan pemerintah memudahkan UKM mengurus sertifikasi halal	
	EXT5	Pelatihan Sistem Jaminan Halal bermanfaat bagi UKM untuk melakukan sertifikasi halal	
Niat implementasi standar halal (HINT)	HINT1	Saya akan mendaftarkan produk UKM ini untuk mendapatkan sertifikat halal	[11-14]
	HINT2	Walaupun saya yakin sudah menggunakan bahan halal, saya tetap akan mengurus sertifikasi halal	

persepsi manfaat sertifikasi halal, tujuh item tentang kompleksitas prosedur sertifikasi halal, lima item tentang pemahaman UKM mengenai standar halal, enam item tentang dorongan eksternal untuk mengurus sertifikasi halal, dan tiga item tentang niat pengusaha UKM untuk menerapkan standar halal. Namun setelah melalui tahapan evaluasi reliabilitas dan validitas, item pertanyaan yang dapat digunakan untuk pengolahan data selanjutnya sebanyak 16 item yang terdiri dari tiga item tentang variabel persepsi manfaat sertifikasi halal [10][13][14][15], tiga item tentang kompleksitas prosedur pengurusan sertifikasi halal [13], tiga item tentang pemahaman standar halal oleh UKM [11][12], lima item tentang dorongan eksternal untuk sertifikasi halal [11][12][13][14], dan dua item tentang niat untuk implementasi standar halal. Indikator pengukuran setiap variabel pada penelitian ditampilkan pada Tabel 3. Untuk meningkatkan tingkat respon dari responden serta tingkat utilitas kuesioner, pengumpulan data dilakukan secara *on the spot*. Surveyor mengunjungi tempat usaha responden dan mengkonfirmasi kesediaan responden untuk berpartisipasi dalam survei penelitian.

Analisis Data

Analisis data menggunakan pendekatan *Structural Equation Model-Partial Least Squares* (SEM-PLS) dengan bantuan *software* Smart-PLS 3.2.7. SEM-PLS digunakan dalam penelitian ini karena SEM-PLS mampu mengakomodasi pemodelan struktural dengan jumlah sampel kecil [24]. SEM-PLS digunakan untuk mengevaluasi model pengukuran dan model struktural. Evaluasi model pengukuran dimaksudkan untuk menjamin bahwa instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini telah memenuhi kriteria reliabilitas dan validitas alat ukur. Sedangkan evaluasi model struktural digunakan untuk membuktikan secara statistik hipotesis yang diajukan dalam penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Evaluasi Model Pengukuran

Untuk menjamin bahwa kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini telah memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas alat ukur, maka perlu dilakukan evaluasi model pengukuran. Uji validitas dilakukan dengan mengevaluasi validitas konstruk, validitas konvergen dan validitas diskriminan. Validitas konstruk dievaluasi melalui nilai *loading factor*. Menurut ketentuan, nilai *loading factor* untuk penelitian konfirmatori ialah $>0,70$ sedangkan untuk penelitian eksploratori nilai *loading factor* 0,50 masih dapat diterima [25]. Nilai *loading factor* seluruh indikator sebagaimana ditunjukkan pada Tabel 4 berada pada rentang 0,762–0,991. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa konstruk pada penelitian ini memenuhi syarat validitas konstruk. Hal ini juga didukung dengan nilai statistik-t (dimana seluruh indikator memiliki nilai t di atas 1,96) maupun statistik-p (dimana seluruh indikator pengukuran memiliki nilai $p < 0,05$). Nilai statistik-t maupun statistik-p pada Tabel 4 menyatakan bahwa seluruh item pengukuran signifikan dalam mengukur konstraknya.

Validitas konvergen menilai kemampuan item pertanyaan (indikator) dalam merefleksikan konstruk (variabel laten). Evaluasi validitas konvergen dinilai dengan mengevaluasi *composite reliability* (CR) dan *Average Variance Extracted* (AVE) [25]. Batas penerimaan nilai CR ialah lebih dari 0,70 dan batas penerimaan nilai AVE ialah 0,50 [25]. Tabel 5 menunjukkan bahwa nilai CR dan AVE untuk seluruh variabel telah melebihi batas nilai penerimaan sehingga dapat disimpulkan bahwa kuesioner telah memenuhi syarat validitas konvergen.

Tabel 4. Nilai *Loading Factor* Tiap Indikator

Variabel	Indikator	Loading Factor	T-Value	P-Value
BNF	BNF1	0,792	5,538	0,000
	BNF2	0,975	6,620	0,000
	BNF3	0,968	6,403	0,000
CMPX	CMPX1	0,891	3,195	0,001
	CMPX2	0,877	3,673	0,000
	CMPX3	0,910	3,481	0,001
AWR	AWR1	0,840	2,540	0,011
	AWR2	0,991	2,960	0,003
	AWR3	0,927	3,090	0,002
EXT	EXT1	0,802	2,712	0,007
	EXT2	0,922	2,959	0,003
	EXT3	0,864	3,038	0,003
	EXT4	0,778	2,358	0,019
	EXT5	0,762	2,494	0,013
HINT	HINT1	0,942	8,720	0,000
	HINT2	0,930	6,296	0,000

Tabel 5. Validitas Konvergen

Variabel	CR	AVE
BNF	0,939	0,839
CMPX	0,922	0,797
AWR	0,944	0,849
EXT	0,915	0,685
HINT	0,934	0,877

Validitas diskriminan digunakan untuk mengukur seberapa jauh suatu indikator benar benar berbeda dari indikator lainnya. Validitas diskriminan juga mengukur seberapa jauh suatu konstruk benar benar berbeda dari konstruk lainnya. Dengan kata lain, validitas diskriminan menjamin tidak ada tumpang tindih (*overlapping*) antar indikator maupun antar konstruk. Indikator pada suatu konstruk dinyatakan benar-benar berbeda dari indikator pada konstruk lainnya jika indikator yang mengukur konstruk tersebut memiliki *loading factor* yang tinggi dan memiliki *loading factor* yang rendah pada konstruk lainnya. Suatu konstruk dinyatakan berbeda dari konstruk lainnya jika nilai akar kuadrat dari AVE lebih tinggi daripada nilai korelasi antar konstruk. Berdasarkan nilai *cross loading* indikator dan konstruk pada Tabel 6 dan Tabel 7, dapat disimpulkan bahwa model pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini telah memenuhi kriteria validitas diskriminan.

Tabel 6. Validitas Diskriminan Indikator (*Cross Loading*)

	BNF	CMPX	AWR	EXT	HINT
BNF1	0,792	0,089	-0,270	0,218	0,314
BNF2	0,975	0,073	-0,364	0,377	0,562
BNF3	0,968	0,033	-0,335	0,329	0,598
CMPX1	-0,012	0,891	-0,301	0,455	-0,190
CMPX2	0,224	0,877	-0,477	0,533	-0,064
CMPX3	0,072	0,910	-0,453	0,481	-0,203
AWR1	-0,358	-0,451	0,840	-0,802	-0,012
AWR2	-0,338	-0,408	0,991	-0,922	-0,224
AWR3	-0,363	-0,466	0,927	-0,864	-0,078
EXT1	0,358	0,451	-0,840	0,802	0,012
EXT2	0,338	0,408	-0,991	0,922	0,224
EXT3	0,363	0,466	-0,927	0,864	0,078
EXT4	0,233	0,535	-0,667	0,778	0,002
EXT5	0,207	0,509	-0,476	0,762	0,170
HINT1	0,574	-0,109	-0,245	0,274	0,942
HINT2	0,473	-0,270	-0,095	0,103	0,930

Tabel 7. Validitas Diskriminan Konstruk

	BNF	CMPX	AWR	EXT	HINT
BNF	0,916				
CMPX	0,065	0,893			
AWR	-0,356	-0,438	0,921		
EXT	0,347	0,532	-0,932	0,828	
HINT	0,561	-0,199	-0,185	0,206	0,936

Reliabilitas dievaluasi dari nilai *Alpha Cronbach*. *Alpha Cronbach* merupakan metode yang paling banyak digunakan untuk mengukur konsistensi internal [25]. Batas penerimaan nilai *Alpha Cronbach* ialah $>0,70$. Tabel 8 menunjukkan bahwa nilai *Alpha Cronbach* untuk seluruh variabel telah melebihi nilai penerimaan 0,70 sehingga dapat disimpulkan bahwa, kuesioner pada penelitian ini memenuhi syarat konsistensi internal.

Tabel 8. Reliabilitas

Variabel	<i>Alpha Cronbach</i>
BNF	0,905
CMPX	0,881
AWR	0,933
EXT	0,902
HINT	0,859

Uji Hipotesis Model Struktural

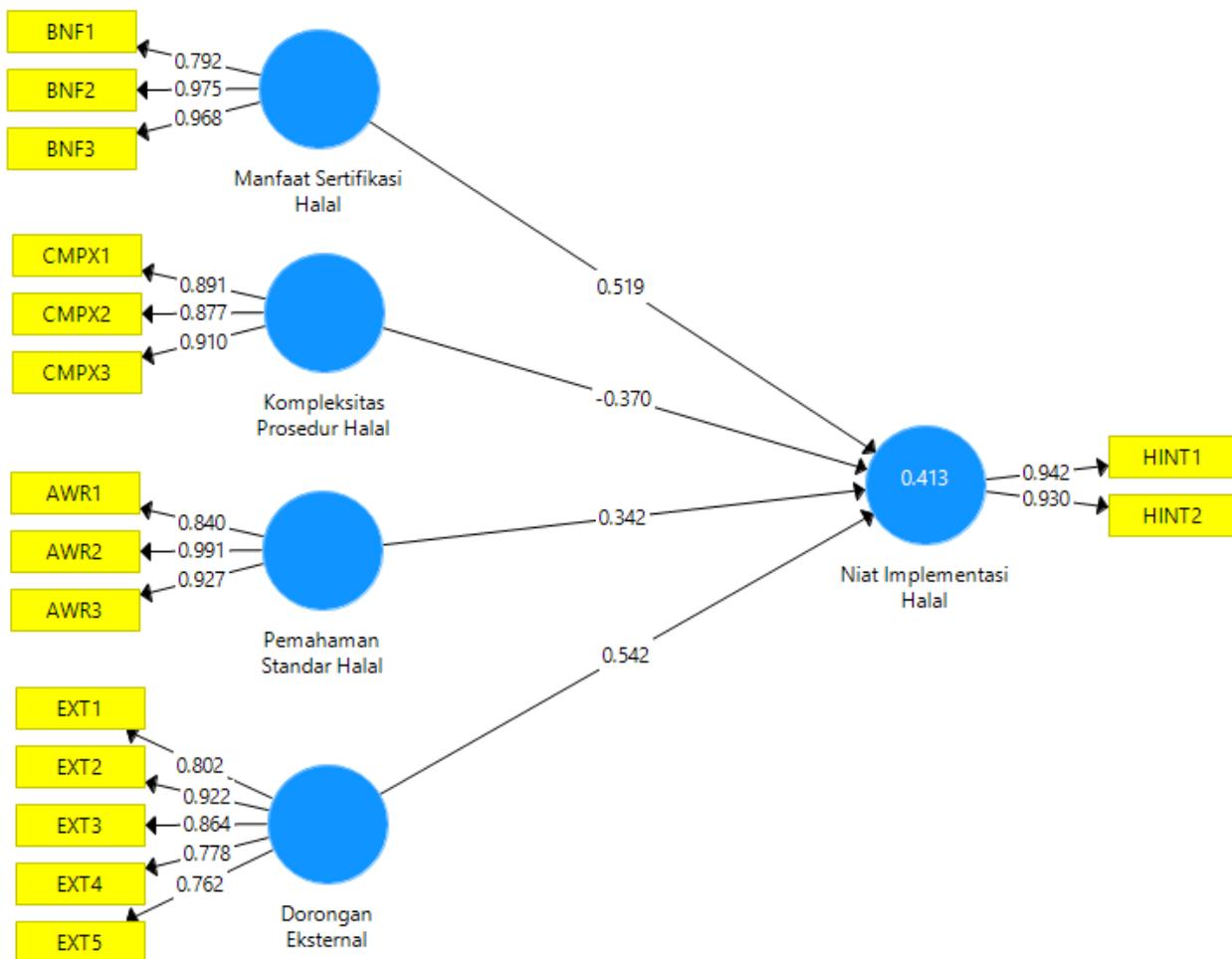
Tabel 9 menyajikan resume hasil uji hipotesis hubungan antar variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini ialah persepsi manfaat implementasi halal (BNF), kompleksitas prosedur halal (CMPX), pemahaman/ *awareness* standar halal (AWR), dan dorongan eksternal (EXT). Sedangkan variabel dependennya ialah niat pengusaha UKM pangan untuk menerapkan standar halal (HINT). Terdapat empat hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini sebagaimana diuraikan pada bagian Pendahuluan. Dari empat hipotesis yang diajukan tersebut, hanya satu hipotesis yang didukung secara statistik yaitu hipotesis H₁ yang ditunjukkan dengan nilai *t* di atas 1.96 atau nilai *p* kurang dari 0.05. Hal ini berarti persepsi manfaat implementasi halal (BNF) berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat pengusaha UKM pangan untuk menerapkan standar halal (HINT).

Gambar 2 menampilkan model struktural yang dijalankan pada program SMART-PLS 3.2.7. Model struktural memiliki

koefisien determinan (R^2) sebesar 0,413. Hal ini berarti variansi variabel HINT mampu dijelaskan oleh keempat variabel independen BNF, CMPX, AWR, dan EXT sebesar 41,30%. Tujuan penggunaan PLS untuk pengolahan data pada penelitian ini karena tujuan penelitian ialah untuk melakukan prediksi hubungan antar variabel. Untuk mengetahui kapasitas prediktif model yang dihasilkan, dilakukan prosedur *blindfolding* untuk memperoleh nilai Q^2 . Nilai Q^2 menilai seberapa baik data hasil penelitian diwakili oleh model dan nilai parameter yang diestimasi [25]. Batas penerimaan nilai Q^2 ialah 0 yang berarti bahwa model struktural memiliki kapasitas prediksi. Nilai $Q^2 > 0,50$ menunjukkan bahwa model memiliki kemampuan prediksi yang baik [24]. Nilai $Q^2 < 0$ menunjukkan bahwa model tidak memiliki kemampuan prediksi. Nilai Q^2 pada model struktural ialah 0,208 sehingga dapat disimpulkan bahwa model struktural pada penelitian ini memiliki kemampuan prediktif dalam tingkat moderat.

Tabel 9. Hasil Uji Hipotesis Model Struktural

Hipotesis	Koefisien	T-value	P-value	Kesimpulan
H ₁ BNF ==> HINT	0,519	2,373	0,018	Signifikan
H ₂ CMPX ==> HINT	-0,370	1,300	0,194	Tidak signifikan
H ₃ AWR ==> HINT	0,342	0,726	0,468	Tidak signifikan
H ₄ EXT ==> HINT	0,542	0,876	0,381	Tidak signifikan



Gambar 2. Model Struktural

Pembahasan

Tujuan penelitian ini ialah mengidentifikasi faktor-faktor teknologi, organisasi, dan lingkungan yang mempengaruhi niat pengusaha UKM pangan untuk menerapkan standar halal. Uji hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan SEM-PLS karena penelitian yang bersifat prediktif serta sampel penelitian yang berukuran kecil [24]. Selain menguji hipotesis model penelitian yang diajukan, penelitian ini juga mengevaluasi kebaikan (*goodness*) model pengukuran melalui uji validitas dan reliabilitas. Hasil evaluasi model pengukuran menunjukkan bahwa kuesioner telah dinyatakan valid dan reliabel.

Dari empat hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, hasil uji model struktural menunjukkan bahwa hanya variabel persepsi manfaat implementasi halal (BNF) yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat implementasi halal (HINT). Ketiga variabel lainnya (kompleksitas prosedur, pemahaman standar halal, dan dorongan eksternal) memiliki arah regresi sesuai dengan yang dihipotesiskan namun tidak signifikan mempengaruhi niat implementasi halal.

Hipotesis pertama H_1 dalam penelitian ini ialah terkait pengaruh persepsi manfaat implementasi standar halal terhadap niat pengusaha UKM pangan untuk implementasi standar halal dalam proses bisnis UKM. Persepsi manfaat implementasi standar halal terbukti mempengaruhi secara positif dan signifikan terhadap niat pengusaha UKM pangan untuk mengimplementasikan standar halal. Hal ini sejalan dengan temuan peneliti sebelumnya [10][13] [14]. Dalam penelitiannya, [10] menemukan bahwa harapan akan keuntungan bisnis dari implementasi standar halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap adopsi halal sebagai strategi bisnis oleh perusahaan di Malaysia. Sementara itu, dalam penelitiannya, [13] juga membuktikan bahwa persepsi manfaat menjadi salah satu faktor yang berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan adopsi sistem transportasi halal di Malaysia. Sementara itu, [14] juga menemukan bahwa persepsi manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap adopsi *halal warehousing*. Hal ini menunjukkan bahwa semakin yakin harapan pengusaha UKM akan manfaat implementasi standar halal semakin menguatkan niat mereka untuk mengadopsi standar halal dalam proses bisnis di UKM yang mereka kelola.

Hasil uji hipotesis H_2 menunjukkan bahwa kompleksitas prosedur pengurusan sertifikasi halal memiliki koefisien yang negatif. Hal ini berarti kompleksitas prosedur halal menjadi hambatan bagi pengusaha UKM untuk mengadopsi standar halal. Sebagaimana dinyatakan dalam panduan halal, untuk memperoleh sertifikat halal atas produk yang dikelolanya, pengusaha UKM harus melewati beberapa tahapan proses sebelum akhirnya dikeluarkan fatwa tertulis dari MUI yang menyatakan kehalalan produk sesuai dengan syari'at Islam. Di antara tahapan-tahapan tersebut antara lain pelatihan sistem jaminan halal (SJH), sosialisasi SJH ke seluruh karyawan, audit internal oleh auditor internal, penyiapan dokumen dan bukti fisik, upload dokumen ke sistem sertifikasi online lewat CEROL, audit eksternal oleh auditor tersertifikasi dari LPPOM MUI, hingga sidang fatwa oleh MUI. Panjangnya tahapan tersebut menjadi hambatan bagi UKM untuk mengurus sertifikasi halal.

Temuan ini sesuai dengan hasil penelitian [13] yang menyimpulkan bahwa kompleksitas merupakan salah satu faktor hambatan dalam adopsi sistem transportasi halal di Malaysia. Namun dalam penelitian ini, variabel kompleksitas prosedur tidak signifikan secara statistik. Hal ini dimungkinkan karena untuk UKM, banyak peran pemerintah dalam membantu adopsi standar halal oleh UKM. Di antara peran tersebut antara lain sistem sertifikasi halal yang dilakukan secara online melalui CEROL sehingga memangkas waktu dan biaya yang diperlukan untuk mengurus sertifikasi halal dari lokasi UKM ke LPPOM MUI di ibukota Provinsi. Selain itu, sebagian dari responden pada penelitian ini ialah UKM yang memperoleh program fasilitasi dari pemerintah untuk mendapatkan sertifikat halal secara gratis. Program fasilitasi dimulai dari pelatihan SJH hingga penyusunan borang sertifikasi halal secara manual. Hasil isian manual tersebut akan diinput ke sistem CEROL oleh operator yang telah ditunjuk oleh Dinas Koperasi dan UKM Provinsi. Adanya fasilitasi tersebut memudahkan pengusaha UKM dalam mengurus sertifikasi halal atas produk yang dikelolanya. Namun, program fasilitasi yang diberikan oleh Dinas Koperasi dan UKM Provinsi hanya berlaku untuk satu kelas produk dan hanya untuk satu kali permohonan. Pengurusan sertifikasi halal untuk perpanjangan harus diurus secara mandiri oleh pengusaha UKM. Sertifikasi halal hanya berlaku dua tahun, dan dua bulan sebelum masa berlaku sertifikat habis, pengusaha UKM harus mengajukan perpanjangan. Saat ini, tarif pengurusan sertifikasi halal untuk satu kelas produk ialah Rp 2.5 juta. Tarif ini dirasakan oleh UKM masih terlalu tinggi jika dibandingkan dengan skala usaha mereka.

Uji hipotesis terhadap H_3 menunjukkan bahwa pemahaman pengusaha UKM tentang standar halal berpengaruh positif terhadap niat implementasi halal namun tidak didukung secara statistik. Pemahaman pengusaha UKM terkait standar halal menunjukkan tingkat kesiapan UKM tersebut untuk menerapkan standar halal [11] [12]. Dalam penelitiannya, [10] menemukan bahwa kesiapan organisasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap adopsi standar halal dalam proses bisnis perusahaan di Malaysia. Pengaruh kesiapan organisasi terhadap adopsi halal untuk *warehousing* juga dibuktikan oleh [14]. Dalam penelitian ini, variabel pemahaman standar halal oleh pengusaha UKM diukur secara global dengan diwakili oleh pemahaman pengusaha UKM terhadap bahan baku dan proses produksi yang diperlukan untuk implementasi halal. Padahal pemenuhan standar halal tidak hanya dinilai dari bahan baku dan proses produksi, namun terdapat 11 kriteria yang harus dipenuhi. Hasil penelitian ini menemukan bahwa pemahaman pengusaha UKM terhadap bahan baku dan peralatan produksi untuk memenuhi standar halal sudah memadai. Namun pemahaman terhadap 11 kriteria dalam SJH masih sangat kurang.

Uji hipotesis H_4 juga tidak didukung secara statistik walaupun koefisien pada model struktural menunjukkan arah yang positif. Berdasarkan uji hipotesis, diketahui bahwa dorongan eksternal memiliki pengaruh positif terhadap niat implementasi standar halal namun tidak signifikan secara statistik. Dorongan eksternal dalam penelitian ini direpresentasikan oleh dorongan dari konsumen, dorongan dari kompetitor, dorongan regulasi, dan dukungan pemerintah.

Dorongan dari konsumen berasal dari permintaan pasar terhadap produk halal. Permintaan ini juga terkait dengan syarat produk UKM untuk bisa masuk ke pasar modern. Penelitian sebelumnya membuktikan bahwa dorongan dari konsumen [13,14] dan permintaan pasar [10] terbukti secara signifikan mempengaruhi niat adopsi standar halal. Namun dalam penelitian ini, dorongan tersebut tidak signifikan mempengaruhi niat implementasi halal. Hal ini dikarenakan sebagian besar masyarakat belum begitu intens dalam memeriksa logo halal pada kemasan produk sebelum mengkonsumsinya. Masyarakat belum teredukasi untuk senantiasa mengecek validitas logo halal yang tercantum dalam kemasan produk [26,27]. Hal ini memberikan ruang bagi beberapa produsen untuk mencantumkan logo palsu pada kemasan hanya untuk menarik dan meyakinkan konsumen mengenai status kehalalan produk.

Pemerintah sebenarnya telah menyediakan website yang memuat direktori produk halal yang dapat diakses oleh konsumen. Dalam laman www.halalmui.or.id dan www.halaljateng.or.id, konsumen dapat mengecek validitas logo halal atau memastikan apakah produk yang dikonsumsi sudah memiliki sertifikat halal atau tidak. Namun, metode pengecekan tersebut dirasakan oleh konsumen muslim masih kompleks [27]. Pemerintah sebelumnya juga telah meluncurkan aplikasi HALAL MUI yaitu aplikasi pengecekan status kehalalan produk berbasis Android [26]. Aplikasi berbasis Android ini dirasakan lebih praktis dan mudah digunakan daripada metode pertama (mengecek melalui website). Namun database dalam aplikasi HALAL MUI sudah lama tidak di-update dan untuk saat ini aplikasi tersebut sudah tidak dapat digunakan. Pemerintah dapat mendorong peningkatan sertifikasi halal atas produk UKM dari sisi tekanan konsumen jika perilaku pengecekan status kehalalan produk sudah menjadi *habbit* bagi konsumen. Dengan demikian, menjadi tugas pemerintah untuk menciptakan aplikasi pengecekan produk halal yang mudah dan praktis, seperti misalnya berbasis pindai *barcode* produk.

Dorongan dari kompetitor juga berpengaruh signifikan terhadap adopsi transportasi halal [13]. Namun dalam penelitian [10], intensitas persaingan tidak secara signifikan mempengaruhi niat adopsi standar halal. Hasil penelitian [10] sejalan dengan hasil penelitian ini. Hal ini dikarenakan intensitas persaingan produk halal di lingkup UKM masih relatif rendah karena masih rendahnya tingkat sertifikasi halal produk UKM. Pengusaha UKM merasa bahwa sertifikat halal yang dimiliki oleh pesaing tidak menjadi ancaman yang serius bagi perkembangan usaha mereka, setidaknya untuk saat ini.

Tuntutan regulasi terkait keamanan pangan menjadi faktor utama yang mendorong pengusaha UKM di Inggris untuk menerapkan sistem keamanan pangan [9]. Dalam penelitian ini, tuntutan regulasi menjadi salah satu indikator dalam variabel dorongan eksternal dan tidak signifikan mempengaruhi niat implementasi halal. Hal ini dikarenakan pengusaha UKM tidak mengetahui detail undang-undang terkait jaminan produk halal sehingga merasa implementasi standar halal hanya bersifat sukarela dan bukan menjadi kewajiban atau amanat undang-undang.

Indikator terakhir terkait dorongan eksternal ialah dukungan pemerintah. Dalam penelitiannya, Zailani *et al.* [10] menyimpulkan bahwa dukungan pemerintah berpengaruh positif dan signifikan terhadap adopsi strategi standar halal. Sedangkan

menurut Hafaz *et al.* [13], dukungan pemerintah tidak signifikan dalam mempengaruhi adopsi sistem transportasi halal. Hasil penelitian Hafaz *et al.* [13] sesuai dengan hasil penelitian ini. Hal ini dikarenakan pengusaha UKM belum merasakan dukungan pemerintah dalam mendorong peningkatan sertifikasi halal UKM. Padahal pemerintah melalui Dinas Koperasi dan UKM Provinsi telah memberikan program fasilitasi bagi beberapa UKM untuk mengurus sertifikasi halal secara gratis. Namun demikian, program fasilitasi tersebut sangat terbatas kuotanya. Dinas Koperasi dan UKM kabupaten/kota juga telah memberikan sosialisasi terkait sertifikasi halal.

Model TOE yang digunakan dalam penelitian ini merupakan kerangka teori yang mana beberapa variabel yang terkait dengan setiap aspek Teknologi, Organisasi, dan Lingkungan dapat ditambahkan dalam analisis. Beberapa variabel potensial yang dinilai berpengaruh terhadap niat implementasi standar halal oleh pengusaha UKM belum dieksplor dalam penelitian ini. Beberapa variabel yang potensial signifikan berpengaruh berdasarkan hasil penelitian sebelumnya antara lain permintaan pasar atas produk halal [10] dan kesiapan organisasi [13,14]. Pada penelitian ini, khusus untuk aspek Lingkungan, dorongan dari konsumen, kompetitor, maupun pemerintah dijadikan satu faktor yaitu dorongan eksternal. Penelitian selanjutnya dapat memisahkan setiap dorongan tersebut sehingga dapat dianalisis lebih detail dampak dorongan eksternal yang paling signifikan mempengaruhi niat implementasi standar halal sebagaimana dilakukan dalam penelitian [13,14].

Implikasi

Hasil analisis SEM-PLS menunjukkan bahwa persepsi manfaat standar halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keinginan pengusaha UKM pangan untuk menerapkan standar halal dan mengurus sertifikasi halal. Temuan ini membawa implikasi praktis kepada instansi pembina UKM, dalam hal ini Dinas Koperasi dan UKM. Dalam setiap sosialisasinya, selain sosialisasi terkait standar halal dan sistem jaminan halal, sebaiknya juga dijelaskan beragam manfaat yang dapat dinikmati oleh UKM yang telah memperoleh sertifikat halal atas produknya. Instansi dapat mengundang pengusaha UKM yang telah menerima sertifikat halal sebagai "*role model*" untuk berbagi cerita sukses kepada pengusaha UKM lainnya. "*Role model*" tersebut juga dapat menjelaskan faktor-faktor kritis yang perlu diperhatikan oleh pengusaha UKM terkait penerapan standar halal dalam proses bisnis UKM. Dengan demikian diharapkan akan lebih mudah mendorong pengusaha UKM untuk menerapkan standar halal apabila mereka berhasil diyakinkan tentang kebermanfaatannya atas implementasi standar halal.

Peningkatan sertifikasi halal bagi produk UKM bukan saja merupakan tanggung jawab UKM sebagai pelaku usaha dan penyedia produk bagi konsumen. UKM di Indonesia menghadapi beberapa tantangan terkait implementasi standar halal [19][20][21]. Beberapa tantangan yang dihadapi UKM antara lain biaya, prosedur sertifikasi, kurangnya sosialisasi dan informasi, komitmen manajemen dan masalah ketersediaan sumber daya manusia serta kompetensi UKM. Peran pemerintah dalam berbagai bentuk dukungan sangat diperlukan dalam upaya mendorong peningkatan sertifikasi halal produk UKM. Sebagaimana telah dijelaskan, saat ini pemerintah telah melakukan sosialisasi terkait standar halal dan juga memberikan

program fasilitasi bagi UKM untuk mengurus sertifikasi halal secara gratis. Untuk lebih menarik bagi pengusaha UKM, pemerintah dapat merancang program insentif bagi pengusaha UKM yang berkomitmen mempertahankan sistem manajemen halal dalam proses produksinya. Selain insentif, pemerintah dapat memberikan program konsultasi gratis terkait implementasi standar halal bagi UKM. Pemerintah dapat menggandeng instansi lain, seperti dari universitas melalui program pengabdian kepada masyarakat. Pemerintah juga dapat menggandeng perusahaan-perusahaan besar maupun BUMN melalui program *Corporate Social Responsibility* (CSR).

KESIMPULAN

Dari empat hipotesis yang diajukan pada penelitian ini, seluruhnya memiliki arah regresi sebagaimana yang dihipotesiskan. Namun, hanya hipotesis H₁ (persepsi manfaat standar halal berpengaruh positif terhadap niat implementasi halal) yang didukung secara statistik memiliki pengaruh yang signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin yakin harapan pengusaha UKM akan manfaat implementasi standar halal semakin menguatkan niat mereka untuk mengadopsi standar halal dalam proses bisnis di UKM yang mereka kelola. Implikasi dari temuan ini ialah pentingnya bagi instansi pembina UKM untuk menjelaskan beragam manfaat penerapan standar halal dalam rangka meyakinkan pengusaha untuk mengurus sertifikasi halal.

Penelitian ini mengidentifikasi empat variabel independen yang diduga berpengaruh terhadap niat pengusaha UKM untuk menerapkan standar halal dan mengurus sertifikasi halal dengan koefisien determinasi (R^2) sebesar 41,30 %. Hal ini berarti bahwa sebanyak 58,70 % variansi pada variabel dependen niat implementasi standar halal belum dijelaskan dalam model struktural yang dibentuk pada penelitian ini. Faktor teknologi, organisasi, dan lingkungan yang dieksplor dalam penelitian ini juga masih terbatas. Penelitian lanjutan dapat mengeksplor lebih banyak lagi variabel-variabel dalam setiap aspek teknologi, organisasi, dan lingkungan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penelitian ini didanai oleh Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Universitas Setia Budi dalam skema Penelitian Dasar tahun anggaran 2018/2019 dengan nomor kontrak 01/LPPM/USB/PD/III/2019.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Y. A. Aziz and N. V. Chok, "The Role of Halal Awareness, Halal Certification, and Marketing Components in Determining Halal Purchase Intention Among Non-Muslims in Malaysia: A Structural Equation Modeling Approach," *Journal of International Food & Agribusiness Marketing*, vol. 25, no. 1, pp. 1–23, 2013, <https://doi.org/10.1080/08974438.2013.723997>.
- [2] F. C. Golnaz, R., Zainulabidin, M., Mad Nasir, S. and Eddie Chiew, "Non-Muslim perception awareness of halal principle and related food products in Malaysia," *International Food Research Journal*, vol. 17, pp. 667–674, 2010.
- [3] A. Haque, A. Sarwar, F. Yasmin, A. K. Tarofder, and M. A. Hossain, "Non-Muslim consumers perception toward purchasing halal food products in Malaysia," *Journal of Islamic Marketing*, vol. 6, no. 1, pp. 133–147, 2015, <https://doi.org/10.1108/JIMA--04-2014-0033>.
- [4] V. N. Mathew, A. M. R. binti A. Abdullah, and S. N. binti M. Ismail, "Acceptance on Halal Food among Non-Muslim Consumers," *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, vol. 121, pp. 262–271, 2014, <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.01.1127>.
- [5] F. R. H. Ismail and K. Nasiruddin, "Perception of Non-Muslim Consumers towards Halal Products in Malaysia," *International Journal of Accounting and Business Management*, vol. 2, no. 1, pp. 128–133, 2014.
- [6] M. W. Wibowo and F. S. Ahmad, "Non-Muslim Consumers' Halal Food Product Acceptance Model," *Procedia Economics and Finance*, vol. 37, no. 16, pp. 276–283, 2016, [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(16\)30125-3](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(16)30125-3).
- [7] I. Giyanti and E. Indriastiningsih, "Pemetaan UKM Kuliner Kota Surakarta Berdasarkan Status Sertifikasi Halal," *Jurnal Teknologi*, vol. 11, no. 2, pp. 9–13, 2018.
- [8] Y. Fernando, H. H. Ng, and Y. Yusoff, "Activities, motives and external factors influencing food safety management system adoption in Malaysia," *Food Control*, vol. 41, no. 1, pp. 69–75, 2014, <http://dx.doi.org/10.1016/j.foodcont.2013.12.032>.
- [9] C. Yapp and R. Fairman, "Factors affecting food safety compliance within small and medium-sized enterprises: Implications for regulatory and enforcement strategies," *Food Control*, vol. 17, no. 1, pp. 42–51, 2006, 10.1016/j.foodcont.2004.08.007.
- [10] S. Zailani, K. Kanapathy, M. Iranmanesh, and M. Tieman, "Drivers of halal orientation strategy among halal food firms," *British Food Journal*, vol. 117, no. 8, pp. 2143–2160, 2015, 10.1108/BFJ-01-2015-0027.
- [11] H. Musa and S. Fam, "Adoption Factors of Halal Standards: The Malaysian Perspectives," in *Proceedings of the 3rd International Halal Conference (INHAC 2016)*, 2018, pp. 315–329, 10.1007/978-981-10-7257-4.
- [12] M. I. I. Tan, R. N. Razali, and M. I. Desa, "Factors Influencing ICT Adoption in Halal Transportations: A Case Study of Malaysian Halal Logistics Service Providers," *International Journal of Computer Science Issues*, vol. 9, no. 1, pp. 62–71, 2012.
- [13] N. A. Hafaz, Z. Yuserrie, and T. Ramayah, "Barriers and enablers in adopting Halal transportation services: A study of Malaysian Halal manufacturers," *International Journal of Business and Management*, vol. 2, no. 2, pp. 49–70, 2014.
- [14] A. H. Ngah, Y. Zainuddin, and R. Thurasamy, "Applying the TOE framework in the Halal warehouse adoption study," *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, vol. 8, no. 2, pp. 161–181, 2017, 10.1108/JIABR-04-2014-0014.
- [15] W. Waluyo, "Pengaruh Pemahaman Agama, Motivasi Mendapatkan Profit, dan Tingkat Pendidikan terhadap Kesadaran Sertifikasi Halal bagi Produsen Makanan di Kabupaten Sleman dan Bantul," *INFERENSI*, vol. 7, no. 1, pp. 75–98, 2016, 10.18326/infsl3.v7i1.75-98.
- [16] P. R. Tahir, J. Hanaysha, and M. Sultana, "Level of success of halal small and medium entrepreneurs in Malaysia," *Asian Journal of Scientific Research*, vol. 9, no. 4, pp. 214–218, 2016, 10.3923/ajsr.2016.214.218.
- [17] M. Abdul, H. Ismail, and M. Mustapha, "Halal Food Certification: Case of Malaysian SME Entrepreneurs," *China-USA Business Review*, vol. 12, no. 2, pp. 163–173, 2013. [Online]. Available: <http://psasir.upm.edu.my/id/eprint/28258>. [Accessed: 19-Sep-2018].
- [18] M. S. Ab Talib, "Motivations and benefits of halal food safety certification," *Journal of Islamic Marketing*, vol. 8, no. 4, pp. 605–624, 2017, 10.1108/JIMA-08-2015-0063.

- [19] T. Maryati, R. Syarif, and R. Hasbullah, "Analisis Faktor Kendala dalam Pengajuan Sertifikat Halal (Studi Kasus : Pelaku Usaha Mikro , Kecil dan Menengah Makanan Beku di Jabodetabek)," *Jurnal Ilmu Produksi dan Teknologi Hasil Peternakan*, vol. 04, no. 3, pp. 364–371, 2016.
- [20] S. Prabowo, A. A. Rahman, S. A. Rahman, and A. A. Samah, "Revealing factors hindering halal certification in East Kalimantan Indonesia," *Journal of Islamic Marketing*, vol. 6, no. 2, pp. 268–291, 2015, 10.1108/JIMA-05-2014-0040.
- [21] Viverita, R. D. Kusumastuti, and R. Rachmawati, "Motives and Challenges of Small Businesses for Halal Certification: The Case of Indonesia," *World Journal of Social Sciences*, vol. 7, no. 1, pp. 136–146, 2017.
- [22] LPPOM-MUI, "Panduan Umum Sistem Jaminan Halal LPPOM – MUI," Jakarta, 2008. [Online]. Available: <http://www.halalmui.org/images/stories/pdf/sjh-indonesia.pdf>. [Accessed: 14-Oct-2018]
- [23] M. S. Ab Talib, S. S. Siti, A. B. Abdul Hamid, and T. Ai Chin, "Emerging Halal food market: an Institutional Theory of Halal certificate implementation," *Management Research Review*, 2016, 10.1108/MRR-06-2015-0147.
- [24] W. W. Chin, *How to write up and report PLS analyses. Handbook of Partial Least Squares: Concepts, Methods and Applications*. New York: Springer Verlag, 2010.
- [25] J. F. Hair, R. E. Anderson, R. L. Tatham, and W. C. Black, *Multivariate Data Analysis, 5th Editio*. Engelwood Cliffs: Prentice-Hall, 1998.
- [26] I. Giyanti and E. Suparti, "Penilaian Kualitas Aplikasi Halal Mui dengan Webqual 4.0 dan Pengaruhnya terhadap Keputusan Penggunaan," *J@ti Undip : Jurnal Teknik Industri*, vol. 13, no. 2, p. 91-98, 2018, 10.14710/jati.13.2.91-98.
- [27] I. Giyanti, E. Suparti, and W. Sutopo, "Predicting Online Search Intention for Validating Product Halalness Status," in *Proceedings of the International Conference on Industrial Engineering and Operations Management*, 2019, pp. 3571–3581.

NOMENKLATUR

BNF	yaitu persepsi manfaat implementasi halal oleh pengusaha UKM pangan
CMPX	yaitu persepsi kompleksitas untuk pengurusan sertifikasi halal oleh pengusaha UKM pangan
AWR	yaitu pemahaman pengusaha UKM pangan tentang proses produksi halal
EXT	yaitu dorongan eksternal untuk implementasi standar halal
HINT	yaitu niat pengusaha UKM pangan untuk implementasi standar halal

APPENDIX

Kuesioner Penelitian

Responden yang terhormat,
Sebelumnya kami mengucapkan terima kasih atas partisipasi Bapak/ Ibu pemilik/ pengelola UKM dalam pengisian kuesioner penelitian ini. Kami memohon kesediaan waktu Bapak/Ibu untuk mengisi kuesioner ini sesuai dengan petunjuk yang diberikan. Tujuan kuesioner ini ialah untuk mengetahui faktor-faktor yang mendorong niat pengusaha UKM untuk mengurus sertifikasi halal. Kuesioner ini hanya digunakan untuk kepentingan

penelitian, sehingga jawaban yang Bapak/ Ibu sampaikan sepenuhnya akan dijaga kerahasiaannya.

Kami menyadari keterbatasan waktu Bapak/Ibu, untuk itu pertanyaan dalam kuesioner ini dibuat sesederhana mungkin agar mudah dipahami. Dalam menjawab kuesioner ini, tidak ada jawaban yang benar atau salah. Selain itu Bapak/Ibu dimohon untuk menjawab semua pertanyaan yang diajukan.

Atas partisipasi dan kesediaan Bapak/Ibu dalam mengisi kuisisioner ini, kami ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya.

Bagian I: Identitas Responden

Berikan tanda silang (X) pada pilihan yang sesuai menurut keadaan Anda saat ini.

- Agama:

a. Islam	d. Hindu
b. Kristen	e. Budha
c. Katolik	f. Lainnya:
- Jenis kelamin:

a. Laki-laki	
b. Perempuan	
- Usia:

a. < 25 tahun	d. 45 – 54 tahun
b. 25 – 34 tahun	e. 55 – 64 tahun
c. 35 – 44 tahun	f. > 65 tahun
- Pendidikan terakhir:

a. Tidak tamat SD	e. D3
b. SD	f. S1/ D4
c. SMP	g. S2/S3
d. SMU/ SMK	h. Lainnya:

Bagian II: Profil UKM

Berikan tanda silang (X) pada pilihan yang sesuai keadaan UKM yang Anda kelola.

- Umur usaha:

a. kurang dari 3 tahun	d. 10 - 15 tahun
b. 3 - 5 tahun	e. 15 – 20 tahun
c. 5 - 10 tahun	f. lebih dari 20 tahun
- Jumlah karyawan:

a. kurang dari 3 tahun	d. 10 - 15 tahun
b. 3 - 5 tahun	e. 15 – 20 tahun
c. 5 - 10 tahun	f. lebih dari 20 tahun
- Sumber modal awal usaha:

a. Modal pribadi	
b. Kerjasama	
c. Pinjaman	

Bagian III: Faktor Pengaruh Niat Sertifikasi Halal

Pada bagian ini, Anda diminta untuk memberikan pendapat Anda mengenai sertifikasi halal untuk UKM. Tidak ada jawaban benar maupun salah, sehingga diharapkan Anda dapat memberikan pendapat sesuai keyakinan dan pandangan Anda tentang sertifikasi halal. Pengisian kuesioner dilakukan dengan memberi tanda X atau O pada kolom di sebelah kanan setiap pernyataan.

Keterangan skala penilaian persepsi:

- 1 : Sangat Tidak Setuju
2 : Tidak Setuju

- 3 : Ragu-Ragu
 4 : Setuju
 5 : Sangat Setuju

Pernyataan	Respon				
	1	2	3	4	5
Penerapan standar halal meningkatkan penjualan	1	2	3	4	5
Penerapan standar halal meningkatkan kualitas produk	1	2	3	4	5
Penerapan standar halal meningkatkan kepercayaan pelanggan	1	2	3	4	5
Proses mengurus sertifikasi halal memerlukan waktu lama	1	2	3	4	5
Proses mengurus sertifikasi halal memerlukan banyak biaya	1	2	3	4	5
Pengurusan sertifikasi halal rumit	1	2	3	4	5
Peralatan produksi yang mengandung bahan haram tidak boleh digunakan untuk membuat olahan pangan	1	2	3	4	5
Bahan baku yang mengandung alkohol dan/ atau lemak babi adalah haram	1	2	3	4	5
Bahan baku produksi harus dipisahkan antara yang halal dan yang haram	1	2	3	4	5
Konsumen mulai sadar terhadap status kehalalan sehingga mendorong UKM untuk melakukan sertifikasi halal	1	2	3	4	5
Untuk mampu bersaing, UKM harus menerapkan standar halal dalam proses produksinya	1	2	3	4	5
UU Sistem Jaminan Halal mendorong UKM untuk melakukan sertifikasi halal atas produknya	1	2	3	4	5
Program bantuan pemerintah memudahkan UKM mengurus sertifikasi halal	1	2	3	4	5
Pelatihan Sistem Jaminan Halal bermanfaat bagi UKM untuk melakukan sertifikasi halal	1	2	3	4	5
Saya akan mendaftarkan produk UKM ini untuk mendapatkan sertifikat halal	1	2	3	4	5
Walaupun saya yakin sudah menggunakan bahan halal, saya tetap akan mengurus sertifikasi halal	1	2	3	4	5