

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Industri Halal

Industri halal sering dikaitkan dengan suatu untuk menghasilkan suatu produk (barang dan jasa) yang sesuai dengan ketentuan agama Islam (syariah). Definisi ini muncul karena akhir-akhir ini permintaan produk dan jasa halal di dunia tengah meningkat.²⁶ Industri halal mengacu pada sektor ekonomi yang berfokus pada produksi, distribusi, dan pemasaran produk serta layanan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam.²⁷ Produk dan layanan dalam industri halal harus memenuhi standar tertentu dalam hal kesucian, kelayakan konsumsi, dan ketentuan agama Islam. Ini mencakup makanan, minuman, kosmetik, farmasi, dan banyak sektor lainnya yang harus mematuhi pedoman dan persyaratan yang ditetapkan oleh otoritas sertifikasi halal.²⁸

Sementara itu, definisi industri halal secara bahasa terdiri dari dua kata, yaitu industri dan halal. Industri adalah seluruh bentuk kegiatan ekonomi yang mengolah bahan baku dan/atau memanfaatkan sumber daya industri sehingga menghasilkan barang yang memiliki nilai tambah atau

²⁶ Encep Saepudin, *Ekosistem Industri Halal, Proceedings Series on Social Sciences & Humanities* (Jakarta: Departemen Ekonomi dan Keuangan Syariah - Bank Indonesia, 2022), v <<https://doi.org/10.30595/pssh.v5i.420>>, hlm. 42.

²⁷ A. F. M. Abdullah N & Ayub, 'Understanding the Halal Food Business: A Framework and Analysis', *Journal of Food Products Marketing*, 22.2 (2016), hlm. 131–132.

²⁸ Siddiqi M. N., 'Reflections on the Principles of Halal and Tayyib', *Journal of Islamic Economics and Finance*, 1.1 (2009), hlm. 9–10.

manfaat lebih tinggi.²⁹ Sedangkan, kata halal berasal dari bahasa Arab yang berarti “melepaskan” dan “tidak terikat”, secara etimologi halal berarti hal-hal yang boleh dan dapat dilakukan karena bebas atau tidak terkait dengan ketentuan-ketentuan yang melarangnya.³⁰ Halal dapat diartikan juga hal-hal yang boleh dan dapat dilakukan karena bebas atau tidak terikat dengan ketentuan-ketentuan yang melarangnya atau berarti sebagai segala sesuatu yang bebas dari bahaya duniawi dan *ukhrawi*.³¹ Istilah "halal" juga digunakan untuk makanan halal, dapur, peralatan makanan, kode pakaian, logo, dan sertifikat halal.³² Konsep halal tidak hanya menghindari zat-zat yang tidak boleh dikonsumsi (haram) tetapi juga mencakup aspek keamanan dan kualitas yang berkaitan dengan penanganan, pemeliharaan, perangkat keras yang digunakan, kapasitas, *bundling*, transportasi dan alat angkut. Halal dipahami sebagai konsep kualitas yang komprehensif selain sebagai konsep religius.³³ Sehingga industri halal diartikan sebagai suatu kegiatan yang menggunakan sarana dan peralatan yang tidak dilarang oleh syariat dalam memproses atau mengelola barang.

Menurut Kementerian Perindustrian (Kemenperin), industri halal adalah tempat di mana semua industri menerapkan atau memenuhi standar Islam dari hulu sampai hilir. Konsep ini dikembangkan dengan bekerja sama

²⁹ Fourry Handoko, *Green Industrial System (Pendekatan Baru Dalam Meningkatkan Daya Saing)* (Surabaya: Penerbit MK Press, 2020), hlm. 6.

³⁰ Yusuf Shofie, *Hukum Perlindungan Konsumen* (Medan: Kencana, 2013), hlm.102.

³¹ Mohammad Jauhar, *Makanan Halal Menurut Islam* (Jakarta: Lintas Pustaka, Jakarta, 2006).

³² Razali, Syahputra, and Ulfah, *Industri Halal Di Aceh: Strategi Dan Perkembangan*, hlm. 19.

³³ M. Ghuffar Harahap, *Industri Halal Di Indonesia* (Banten: PT Sada Kurnia Pustaka, 2023), hlm. 34.

oleh Kamar Dagang dan Industri (Kadin) dan Majelis Ulama Indonesia (MUI). Produk utama yang akan dikembangkan adalah makanan minuman, kosmetik, obat-obatan, dan pakaian yang menggunakan standarisasi halal.³⁴

Industri halal juga dapat diartikan sebagai industri yang melakukan kegiatan produksi dengan memperhatikan segala rangkaian kegiatan dari pemilihan bahan baku hingga pemilihan peralatan dan proses produksi hingga proses distribusi yang dilakukan berdasarkan syariat Islam. Hal ini diambil berdasarkan teori bahwa aspek kehalalan tidak hanya dilihat dari konsumsinya saja, tetapi juga melibatkan setiap aspek dan kegiatan di sepanjang rantai penawaran, dari *supplier* ke produsen dan seterusnya.³⁵

Perkembangan industri halal tidak hanya mencerminkan fenomena lokal saja, tetapi sejalan dengan tren global. Di seluruh dunia, industri halal juga mengalami pertumbuhan yang signifikan. Semakin banyak negara dan perusahaan yang menyadari potensi pasar yang luas dan beragam ini, bukan hanya sebagai pelayanan untuk konsumen muslim, tetapi juga sebagai standar kualitas yang diterima secara luas dalam sektor *halal food, islamic finance, muslim friendly travel, modest fashion pharma dan cosmetic, media & recreation*.³⁶

³⁴ Oktoviana Banda Saputri, 'Pemetaan Potensi Indonesia Sebagai Pusat Industri Halal Dunia', *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 5.2 (2020). Diakses melalui <<http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/Maqasid>> , tanggal 2 Oktober 2023, hlm. 26–27.

³⁵ I. Purnama, W. A., & Auwalin, 'Pengaruh Ekspor Produk Halal Terhadap Current Account Balance Di Indonesia', *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 6.6 (2020), <<https://doi.org/https://doi.org/10.20473/vol6iss20196pp1242-1258>>, hlm. 1244.

³⁶ Muhammad Anwar Fathoni, 'Potret Industri Halal Indonesia: Peluang Dan Tantangan', *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6.3 (2020), <<https://doi.org/10.29040/jiei.v6i3.1146>>, hlm. 428.

2. UMKM

Dalam buku yang berjudul “Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)” oleh Iin Khairunnisa dan rekan-rekan, disebutkan bahwa berdasarkan Undang-undang No. 20 Tahun 2008, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah atau singkatnya menjadi UMKM didefinisikan sebagai berikut:³⁷

- a. Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang ini. Usaha mikro memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah), serta usaha yang memiliki pekerja kurang dari 5 orang, termasuk tambahan anggota keluarga yang tidak dibayar.
- b. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam undang-undang ini. Usaha kecil memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus

³⁷ Iin Khairunnisa and others, *Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM)* (Padang: PT Global Eksekutif Teknologi, 2022), hlm. 1-2.

juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah), serta usaha yang memiliki pekerja 5 sampai 19 orang.

- c. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam undang-undang ini. Usaha menengah memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah), serta usaha yang memiliki pekerja 19 sampai 99 orang.

3. Perilaku Produsen

- a. Pengertian Produksi

Produksi adalah kegiatan manusia untuk menghasilkan barang dan jasa, yang kemudian dimanfaatkan oleh konsumen. Secara teknis,

produksi adalah proses mentransformasi *input* menjadi *output*.³⁸ Dari sudut pandang fungsional, produksi atau proses pabrikasi merupakan aktivitas fungsional yang dilakukan oleh setiap perusahaan untuk menciptakan barang atau jasa dengan tujuan mencapai nilai tambah (*value added*).³⁹

Beberapa ahli Ekonomi Islam kontemporer memberikan definisi yang berbeda mengenai pengertian produksi, meskipun substansinya sama. Berikut pengertian produksi menurut para ekonomi kontemporer:

- a. Kahf mendefinisikan kegiatan produksi dalam perspektif Islam sebagaimana dikutip dalam buku *Ekonomi Mikro Islam* karya Vaithzal dan rekan-rekan yaitu sebagai usaha manusia untuk memperbaiki tidak hanya kondisi fisik materilnya, tetapi juga moralitas sebagai sarana untuk mencapai tujuan hidup sebagaimana digariskan dalam agama Islam, yaitu kebahagiaan dunia dan akhirat.⁴⁰
- b. Al-Haq menyatakan bahwa tujuan dari produksi adalah memenuhi kebutuhan barang dan jasa yang merupakan *fardhu kifayah*, yaitu kebutuhan yang bagi banyak orang pemenuhannya bersifat wajib,

³⁸ Boediono, *Ekonomi Mikro, Seri Sinopsis Pengantar Ilmu Ekonomi No:1* (Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta, 1998), hlm. 56.

³⁹ Muhammad, *Etika Bisnis Islam* (Yogyakarta: Akademi Penerbitan dan Percetakan YKPN, 2002), hlm. 103.

⁴⁰ Veithzal Rivai Zainal, Nurul Huda, dan Sri Vandayuli Riorini, *Ekonomi Mikro Islam* (Jakarta: Bumi Aksara, 2018), hlm. 78.

hal tersebut sebagaimana dikutip dalam buku Prinsip Dasar Produksi Dalam Ekonomi Islam yang ditulis oleh Misbahul Ali.⁴¹

Dalam definisi-definisi dapat disimpulkan bahwa kepentingan manusia yang sejalan dengan moral Islam, harus menjadi fokus atau target dari kegiatan produksi. Produksi adalah proses mencari, mengalokasikan dan mengelola sumber daya menjadi output dalam rangka meningkatkan *maslahah* bagi manusia. Produksi juga mencakup aspek tujuan kegiatan menghasilkan *output* serta karakter-karakter yang melekat pada proses dan hasilnya.⁴²

b. Pengertian Perilaku Produsen

Menurut bahasa, perilaku berarti kelakuan, perbuatan, sikap dan tingkah. Sedangkan menurut sosiologi perilaku manusia adalah sekumpulan perilaku yang dimiliki oleh manusia dan dipengaruhi oleh adat, sikap, emosi dan kekuasaan.⁴³ Untuk memastikan bahwa produk yang dibuat berkualitas tinggi dan dapat diterima masyarakat, para produsen harus menerapkan perilaku produsen.⁴⁴

Teori perilaku produsen menjelaskan bagaimana produsen memanfaatkan sumber daya yang ada secara optimal untuk memperoleh keuntungan. Perilaku produsen adalah cara produsen mengatur produksi

⁴¹ Misbahul Ali, 'Prinsip Dasar Produksi Dalam Ekonomi Islam', *Prinsip Dasar Produksi Dalam Ekonomi Islam*, 7.1 (2013), hlm. 20.

⁴² Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI), *Ekonomi Islam* (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), hlm. 47.

⁴³ Nur Rianto Al-arif, *Dasar-Dasar Ekonomi Islam* (Solo: PT Era Adicitra Intermedia, 2011), hlm. 127.

⁴⁴ Sadono Sukirno, *Mikroekonomi Teori Pengantar* (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2016), hlm. 96.

sehingga produk yang dihasilkan berkualitas tinggi sehingga dapat diterima masyarakat dan menghasilkan keuntungan.⁴⁵ Dalam definisi lain, teori perilaku produsen merupakan teori yang menjelaskan tentang bagaimana tingkah laku produsen dalam menghasilkan produk secara efisien.⁴⁶ Produsen berusaha untuk menghasilkan produk dengan cara yang baik dengan mengatur faktor produksi yang dimilikinya.

c. Perilaku Produsen Islam

Teori perilaku produsen dalam perspektif Islam adalah teori yang membahas perilaku ekonomi manusia di mana perilakunya diatur berdasarkan agama Islam.⁴⁷ Pada dasarnya produksi adalah kegiatan yang menghasilkan barang dan jasa yang kemudian dimanfaatkan oleh konsumen, maka tujuan produksi harus sejalan dengan tujuan konsumsi, yaitu mencari *falah*. Al-Qur'an dan Hadis memberikan alasan mengenai prinsip-prinsip produksi, yaitu tugas manusia di bumi sebagai *khalifah* Allah dengan memakmurkan bumi melalui ilmu dan amalnya. Islam selalu mendorong kemajuan di bidang produksi.⁴⁸ Allah Swt., telah menyediakan segala yang ada di bumi untuk dimanfaatkan oleh

⁴⁵ Abdul Aziz, *Ekonomi Islam Analisis Mikkro Dan Makro* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), hlm. 181.

⁴⁶ Iskandar Zulkarnain and Hestu Nugroho W, 'Analisis Perilaku Produsen Dalam Mengembangkan Produk Berbasis Kearifan Lokal Tangerang Selatan' *Inovasi*, 6.2 (2019), <<https://doi.org/10.32493/inovasi.v6i2.y2019.p69-79>>, hlm. 75.

⁴⁷ Meita Masfufah and Siti Achiria, 'Perilaku Produsen Pada Model Kemitraan Go Food Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Daerah Wirobrajan, Yogyakarta)', *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)*, 9.1 (2019), 1 <[https://doi.org/10.21927/jesi.2019.9\(1\)](https://doi.org/10.21927/jesi.2019.9(1))>, hlm. 6.

⁴⁸ Vinna Sri Yuniarti, *Ekonomi Mikro Syariah* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2016), hlm. 418.

manusia. Hal ini sesuai dengan firman Allah Swt. Dalam Surah Al-Baqarah (2:29):⁴⁹

هُوَ الَّذِي خَلَقَ لَكُمْ مَّا فِي الْأَرْضِ جَمِيعًا ثُمَّ اسْتَوَىٰ إِلَى السَّمَاءِ فَسَوَّاهُنَّ سَبْعَ سَمَوَاتٍ ۗ وَهُوَ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ ۝ ٢٩

Artinya: “Dialah (Allah) yang menciptakan segala yang ada di bumi untukmu, kemudian Dia menuju ke langit, lalu Dia menyempurnakannya menjadi tujuh langit) Dia Maha Mengetahui segala sesuatu.”

Ayat di atas menjelaskan bahwa Allah telah menciptakan sumber daya yang ada di bumi untuk manusia. Kegiatan produksi merupakan salah satu cara untuk mengelola sumber daya. Manusia sebagai produsen akan berusaha melakukan kegiatan produksi guna meningkatkan nilai guna suatu barang atau jasa serta memberi *maslahat* kepada masyarakat luas.

Menurut Heri Sudarsono yang dikutip dalam buku Ekonomi Mikro Syariah karya Vinna Sri, seorang pelaku usaha muslim terikat oleh beberapa aspek dalam melakukan produksi, antara lain:⁵⁰

- 1) Berproduksi merupakan ibadah, sebagai seorang muslim berproduksi sama artinya dengan mengaktualisasikan keberadaan hidayah Allah yang telah diberikan kepada manusia. Hidayah Allah bagi seorang muslim berfungsi untuk mengatur bagaimana ia berproduksi. Seorang muslim yakin apapun yang Allah berikan

⁴⁹ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemah*, 2019.

⁵⁰ Vinna Sri Yuniarti, *Ekonomi Mikro Syariah* (Bandung: CV Pustaka Setia, 2016), hlm.

kepada manusia sebagai sarana untuk menyadarkan atas fungsinya sebagai seorang *khalifah*.

- 2) Faktor produksi yang digunakan untuk menyelenggarakan proses produksi sifatnya tidak terbatas, manusia perlu berusaha mengoptimalkan segala kemampuannya yang telah Allah berikan. Seorang muslim tidak akan kecil hati bahwa Allah tidak akan memberikan rezeki padanya. Allah berfirman dalam surat Fushsilat (41) ayat 31:⁵¹

نَحْنُ أَوْلِيَاؤُكُمْ فِي الْحَيَاةِ الدُّنْيَا وَفِي الْآخِرَةِ وَلَكُمْ فِيهَا مَا تَشْتَهُي أَنفُسُكُمْ وَلَكُمْ فِيهَا مَا تَدْعُونَ^{٥١}
٣١

Artinya: “Kamilah pelindung-pelindungmu dalam kehidupan dunia dan akhirat. Di dalamnya (surga) kamu akan memperoleh apa yang kamu sukai dan apa yang kamu minta.”

- 3) Berproduksi bukan semata-mata karena keuntungan yang diperolehnya tetapi juga seberapa penting manfaat dari keuntungan tersebut untuk kemanfaatan (*kemaslahatan*) masyarakat. Dalam konsep islam harta adalah titipan Allah yang dipercayakan untuk diberikan kepada orang-orang tertentu , harta bagi seorang muslim bermakna amanah. Maka ia menyadari tidak berhak atas harta tersebut sepenuhnya sebagaimana firman Allah dalam surat Az-Zariyat (51) ayat 19:⁵²

وَفِي أَمْوَالِهِمْ حَقٌّ لِّلسَّائِلِ وَالْمَحْرُومِ ١٩

Artinya: “Pada harta benda mereka ada hak bagi orang miskin yang meminta dan yang tidak meminta.”

⁵¹ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemah*, 2019.

⁵² *Ibid.*

- 4) Seorang muslim menghindari praktek produksi yang mengandung unsur haram atau riba, pasar gelap dan spekulasi. Allah berfirman dalam surat al-Maidah (5) ayat 90:⁵³

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنَّمَا الْخَمْرُ وَالْمَيْسِرُ وَالْأَنْصَابُ وَالْأَزْلَامُ رِجْسٌ مِّنْ عَمَلِ الشَّيْطَانِ فَاجْتَنِبُوهُ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ٩٠

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, sesungguhnya minuman keras, berjudi, (berkorban untuk) berhala, dan mengundi nasib dengan anak panah adalah perbuatan keji (dan) termasuk perbuatan setan. Maka, jauhilah (perbuatan-perbuatan) itu agar kamu beruntung.”

Berdasarkan pengertian tersebut, tujuan produsen bukan mencari keuntungan maksimum belaka, namun lebih luas dari itu. Karena produksi adalah kegiatan menghasilkan barang dan jasa yang kemudian dimanfaatkan oleh konsumen, maka tujuan produksi adalah sejalan dengan tujuan dari konsumsi itu sendiri.

4. Keputusan Sertifikasi Halal

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, keputusan berarti hasil pemutusan yang telah ditetapkan atau dipertimbangkan, sikap terakhir atau langkah yang harus dijalankan.⁵⁴ Keputusan (*decision*) secara harfiah berarti pilihan (*choice*). Pilihan yang dimaksud di sini adalah pilihan dari dua atau lebih kemungkinan, atau dapat dikatakan pula sebagai keputusan dicapai setelah melakukan pertimbangan dengan memilih satu kemungkinan pilihan.⁵⁵ Menurut Margon dan Cerullo yang dikutip oleh Ibnu Syamsi,

⁵³ *Ibid.*

⁵⁴ ‘Kamus Besar Bahasa Indonesia’, Diakses melalui situs: <https://Kbbi.Web.Id/Keputusan>.

⁵⁵ A Rifa’i, ‘Proses Pengambilan Keputusan’, *Research Gate*, 2019, hlm. 1.

memberikan definisi sebagai berikut: “*a decision is a conclusion reached after consideration, it occurs when one option is selected, to the exclusion of other*” (suatu keputusan adalah sebuah kesimpulan yang dipakai sesudah dilakukan pertimbangan, yang terjadi setelah satu kemungkinan dipilih sambil mengesampingkan yang lain.⁵⁶

Proses pengambilan keputusan dimulai dari proses mengidentifikasi atau mengenal permasalahan hingga sampai pada menemukan solusi terbaik yang akan dilaksanakan.⁵⁷ Produsen sebagai pembuat keputusan, memiliki tanda-tanda yang menurut Rahmat dalam menentukan keputusan adalah sebagai berikut:⁵⁸

- 1) Keputusan merupakan hasil akhir atau hasil usaha intelektual.
- 2) Keputusan selalu melibatkan pilihan dari berbagai alternatif.
- 3) Keputusan selalu melibatkan tindakan nyata, walaupun pelaksanaannya boleh ditanggung atau dilupakan.

Kemajuan dan keragaman produk yang beredar di pasar Indonesia memberikan tantangan tersendiri bagi konsumen, terutama yang beragama Islam untuk memilih produk halal. Sebagai solusi, sertifikasi halal menjadi landasan utama dalam menentukan kehalalan produk tersebut. Penanda halal menjadi panduan bagi konsumen yang semakin sadar akan keberagaman produk dan kebutuhan agamanya. LPPOM MUI merinci

⁵⁶ Ibnu Syamsi, *Pengambilan Keputusan Dan Sistem Informasi* (Jakarta: Bumi Aksara, 2000), hlm. 89.

⁵⁷ Sinta Petri Lestari and Puput Noviyanti, ‘Peran Promosi Dalam Mempengaruhi Keputusan Memilih Kampus Di Universitas Pandanaran Semarang’, *Jurnal Egaliter*, 4.6 (2020), hlm. 55.

⁵⁸ *Ibid.*

bahwa sertifikasi halal melibatkan serangkaian pemeriksaan menyeluruh terhadap bahan, proses produksi, dan Sistem Jaminan Halal (SJH) untuk memenuhi standar LPPOM MUI.⁵⁹ Menurut Hasan yang dikutip oleh Hayyun, sertifikasi dilakukan dengan melakukan serangkaian pemeriksaan yang dilakukan oleh auditor yang kompeten dibidangnya untuk kemudian ditetapkan status kehalalannya sehingga tercipta suatu fatwa tertulis yang menyatakan kehalalan produk dalam bentuk sertifikat halal. Sertifikat halal berlaku selama kurun waktu empat tahun. Kemudian bisa dilakukan perpanjangan. Perusahaan harus memberikan jaminan halal dengan selalu menjaga konsistensi kehalalan produk.⁶⁰

Dalam konteks ini, keputusan terkait sertifikasi halal bukan hanya mencerminkan kualitas produk, tetapi juga menjadi penjamin kepatuhan perusahaan terhadap prinsip kehalalan. Analisis terhadap faktor-faktor yang memengaruhi keputusan terkait sertifikasi halal memberikan gambaran awal yang esensial dalam pemahaman konsumen dan pelaku industri.

Produsen dalam membuat keputusan dan implementasi sertifikasi halal salah satunya dipengaruhi oleh motivasi. Dalam buku *Contemporary Management and Science Issues in the Halal Industry* disebutkan bahwa faktor motivasi terdapat 3 bagian yaitu:⁶¹

⁵⁹ Warto Warto and Samsuri Samsuri, 'Sertifikasi Halal Dan Implikasinya Bagi Bisnis Produk Halal Di Indonesia', *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking*, 2.1 (2020), <<https://doi.org/10.31000/almaal.v2i1.2803>>, hlm. 98.

⁶⁰ Hayyun Durrotul Faridah, 'Sertifikasi Halal Di Indonesia: Sejarah, Perkembangan, Dan Implementasi', *Journal of Halal Product and Research*, 2.2 (2019), hlm. 72.

⁶¹ Faridah Hassan and others, 'Contemporary Management and Science Issues in the Halal Industry', in *Proceedings of the International Malaysia Halal Conference* (Singapore: Springer, 2019), hlm. 389.

1) *Motivation 1: Coercive Isomorphism*

Dalam hal ini, *isomorfisme* koersif dimainkan oleh pemerintah sebagai penentu kebijakan dalam keputusan dan pengadaan sertifikasi halal. Selain itu, tekanan eksternal juga datang dari produsen kompetitor yang telah memiliki produk halal. Sehingga dalam kasus ini, produsen harus taat pada peraturan dan regulasi pemerintah pada pelaksanaan standar sertifikasi halal yang dalam hal ini otoritas dan peraturan telah diatur dalam Undang-Undang Jaminan Produk Halal di Indonesia.

2) *Motivation 2: Normative Isomorphisme*

Isomorfisme normatif digambarkan sebagai aturan standar dalam industri. Mematuhi norma industri sangat penting untuk citra diri perusahaan. Perusahaan yang telah memiliki sertifikasi halal akan dipandang sebagai perusahaan yang telah mempunyai standar industri dan kredibilitas halal oleh agama Islam, serta dapat terjamin kehalalan produknya.

3) *Motivation 3: Mimetic Isomorphism*

Isomorfisme mimetik memiliki teori bahwa perusahaan memiliki kecenderungan untuk meniru atau mereplikasi apa yang ada dalam produk kompetitor. Dalam menyusun strategi dan tujuan perusahaan, sertifikasi halal menjadi kewajiban bagi perusahaan untuk menjaga keberlangsungan bisnis dan daya saing perusahaan terhadap para kompetitor lain. Sehingga motivasi sertifikasi halal dalam hal ini merupakan branding yang mereplika branding produk.

Sertifikasi halal selain memenuhi ketiga indikator di atas, juga memberikan keunggulan daya saing yang tidak dapat diabaikan. Tak terelakkan bahwa sertifikasi halal menjadi sebuah persaingan yang terjadi baik di tingkat nasional maupun internasional. Bagi pelaku usaha muslim, kehalalan produk bukan sekadar persyaratan, melainkan juga sebuah identitas dalam agama Islam yang harus dijunjung tinggi. Hal ini tercermin dalam buku "*The Halal Matters*" yang menyebutkan, "*The battle for halal certification reflects a global economic war that uses the ideological and symbolic resources of religion.*"⁶² Pernyataan ini menggambarkan bahwa persaingan dalam sertifikasi halal sekaligus menjadi bagian dari pertarungan ekonomi global yang memanfaatkan sumber daya ideologis dan simbolis dari agama Islam itu sendiri. Oleh karena itu, para produsen dapat menerapkan sertifikasi halal sebagai strategi untuk menjaga keaslian dan kemurnian ajaran agama, sekaligus mempertahankan daya saing mereka dengan para pesaing yang sudah memiliki sertifikasi halal. Sertifikasi halal bukan hanya menjadi suatu keharusan, melainkan juga suatu upaya untuk mempertahankan integritas agama dan tetap bersaing dalam panggung ekonomi global.

5. Religiusitas

a. Pengertian Religiusitas

⁶² Johan Fischer, *The Halal Frontier: Muslim Consumers in A Globalized Market* (New York: Palgrave Macmillan, 2011), hlm. 123.

Menurut Jumal dalam bukunya, Religiusitas merupakan agama pada umumnya memiliki aturan dan kewajiban yang harus dipatuhi dan dijalankan oleh pemeluknya. Mangunwijaya membedakan antara istilah religi atau agama dan religiusitas yang dikutip oleh Jumal dalam bukunya menjelaskan bahwa religi menunjuk pada aspek-aspek formal yang berkaitan dengan aturan dan kewajiban, sedangkan religiusitas menunjuk pada aspek yang berhubungan dengan penghayatan terhadap aspek-aspek religi yang telah dihayati oleh seseorang dalam hati.⁶³

Menurut Gazalba seperti yang dikutip oleh Gufron dan Rini religiusitas berasal dari kata religi dalam bahasa latin “religio” yang akar katanya adalah religure yang berarti mengikat. Dengan demikian, mengandung makna bahwa religi atau agama pada umumnya memiliki aturan-aturan dan kewajiban-kewajiban yang harus dipatuhi dan dilaksanakan oleh pemeluknya.⁶⁴

Menurut Gufron dan Risnawita, religiusitas menunjuk pada tingkat keterikatan individu terhadap agamanya. Hal ini menunjukkan bahwa individu telah menghayati dan menginternalisasikan ajaran agamanya sehingga berpengaruh dalam segala tindakan dan pandangan hidupnya.⁶⁵

⁶³ Jumal Ahmad, *Religiusitas, Refleksi, Dan Subjektifitas Keagamaanite* (Yogyakarta: Deepublish, 2020), hlm. 14.

⁶⁴ M. Nur Gufron & Rini Risnawita, *Teori-Teori Psikologi* (Yogyakarta: Ar- ruz Media, 2016), hlm. 167.

⁶⁵ *Ibid*, hlm. 169.

Jadi dari pendapat di atas disimpulkan, bahwa religiusitas merupakan salah satu elemen individu untuk bertindak, termasuk berperilaku sesuai dengan kadar ketaatannya terhadap agama.

b. Faktor-faktor yang mempengaruhi Religiusitas

Thouless dan Husein membedakan faktor-faktor yang memengaruhi religiusitas menjadi empat macam, diantaranya:⁶⁶

1) Pengaruh pendidikan atau pengajaran dan berbagai tekanan sosial (faktor sosial)

Faktor ini mencakup semua pengaruh sosial dalam perkembangan keagamaan itu, termasuk pendidikan dari orang tua, tradisi-tradisi sosial, tekanan dari lingkungan sosial untuk menyesuaikan diri dengan berbagai pendapat dari sikap yang disepakati oleh lingkungan tersebut.

2) Berbagai pengalaman yang membantu sikap keagamaan, terutama pengalaman-pengalaman mengenai:

- a) Keindahan, keselarasan, dan kebaikan di dunia lain (faktor alami);
- b) Konflik moral (faktor moral);
- c) Pengalaman emosional keagamaan (faktor afektif).

⁶⁶ Robert H. Thouless and Machnun Husein, *Pengantar Psikologi Agama* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2000), hlm. 34.

Timbul dari kebutuhan- kebutuhan yang tidak terpenuhi, terutama kebutuhan-kebutuhan terhadap keamanan, cinta kasih, harga diri, dan ancaman kematian.

3) Berbagai proses pemikiran verbal (faktor intelektual)

Menurut Thouless dan Husein, berkaitan dengan berbagai proses penalaran verbal atau rasionalisasi.

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa religiusitas atau keagamaan seseorang tidak hanya diperlihatkan dengan sikap yang tampak, namun juga dengan sikap yang tidak tampak yang terjadi dalam hati seseorang. Religiusitas memberi dampak pada perilaku individu, Oleh karena itu religius tidak hanya dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal.

c. Hubungan religiusitas terhadap keputusan

Teori perilaku konsumen berbasis nilai dan kepercayaan mengusulkan bahwa nilai-nilai dan kepercayaan individu memainkan peran krusial dalam membentuk keputusan konsumen. Dalam konteks sertifikasi halal, teori ini diaplikasikan untuk memahami bagaimana nilai-nilai dan kepercayaan religius individu dapat memengaruhi perilaku produsen dalam mencari sertifikasi halal untuk produk mereka.⁶⁷ Adapun implikasi teori perilaku konsumen berbasis nilai dan kepercayaan sebagai berikut:⁶⁸

⁶⁷ M R Solomon, *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being* (Pearson, 2017) <<https://books.google.co.id/books?id=FCcXswEACAAJ>>.

⁶⁸ *Ibid.*

1) Nilai-nilai Individu

Nilai-nilai mencerminkan prinsip-prinsip yang dianggap penting oleh individu. Dalam konteks sertifikasi halal, nilai-nilai ini dapat mencakup komitmen terhadap prinsip-prinsip etika dan moral yang dijelaskan dalam ajaran agama tertentu. Nilai-nilai individu dapat menjadi pendorong utama dalam keputusan produsen untuk memastikan produk mereka memenuhi standar halal. Ketaatan terhadap nilai-nilai religius dapat menjadi landasan moral yang mendorong produsen untuk menjalani proses sertifikasi halal.

2) Kepercayaan Religius

Kepercayaan religius mencakup keyakinan, norma, dan praktik-praktik agama yang dipegang oleh individu. Dalam hal sertifikasi halal, ini dapat mencakup keyakinan bahwa memproduksi produk yang sesuai dengan prinsip-prinsip halal adalah kewajiban moral dan agama. Tingginya tingkat kepercayaan religius dapat memotivasi produsen untuk mencari sertifikasi halal sebagai cara untuk memastikan bahwa produk mereka diakui sebagai halal oleh konsumen yang memegang nilai-nilai agama yang sama.

d. Indikator Religiusitas

Glock dan Stark dalam dikutip dari Nurdin dalam bukunya terdapat 5 indikator untuk mengukur religiusitas yaitu:⁶⁹

⁶⁹ Emil Azman Sulthani Hardius Usman, Nurdin Sobari, *Islamic Marketing: Sebuah Pengantar* (Depok: PT Rajagrafindo Persada, 2020), hlm. 167.

1) Keyakinan (*belief*)

Dimensi keyakinan adalah tingkatan sejauh mana seseorang menerima dan mengakui hal-hal yang dogmatik dalam agamanya. Misalnya keyakinan adanya sifat-sifat Tuhan, adanya malaikat, surga, para Nabi dan sebagainya.

2) Peribadatan (ritual)

Merupakan tingkatan sejauh mana seseorang menunaikan kewajiban-kewajiban ritual agamanya. Misalnya menunaikan salat, zakat, puasa, haji dan sebagainya.

3) Penghayatan (*experience*)

Merupakan perasaan keagamaan yang pernah dialami dan dirasakan seperti merasa dekat dengan Tuhan, tenang saat berdoa, tersentuh mendengar ayat kitab suci, merasa takut berbuat dosa, merasa senang doanya dikabulkan dan sebagainya.

4) Pengetahuan agama (*knowledge*)

Merupakan seberapa jauh seseorang mengetahui dan memahami ajaran-ajaran agamanya terutama yang ada dalam kitab suci, hadist, pengetahuan tentang fikih dan sebagainya.

5) Pengalaman (*consequences*)

Merupakan sejauh mana implikasi ajaran agama memengaruhi perilaku seseorang dalam kehidupan sosial. Misalnya bersedekah, menjenguk orang sakit, mempererat silaturahmi dan sebagainya.

6. Pengetahuan

a. Pengertian Pengetahuan

Pengetahuan berasal dari kata “tahu”, dalam kamus besar bahasa indonesia, pengetahuan adalah segala sesuatu yang diketahui atau kepandaian.⁷⁰ Menurut Mubarak yang dikutip oleh Darsini et al., pengetahuan sebagai segala sesuatu yang diketahui berdasarkan pengalaman manusia itu sendiri dan pengetahuan akan bertambah sesuai dengan proses pengalaman yang dialaminya. Menurut Bloom, pengetahuan adalah merupakan hasil dari tahu, dan ini terjadi setelah orang melakukan penginderaan terhadap suatu objek tertentu. Penginderaan terjadi melalui panca indera manusia, yakni indera penglihatan, pendengaran, penciuman, rasa dan raba. Sebagian besar pengetahuan manusia diperoleh melalui mata dan telinga. Pengetahuan merupakan domain yang sangat penting dalam membentuk tindakan seseorang (*overt behavior*).⁷¹

Pengetahuan merupakan hasil akhir sebagai wujud kenyataan dari berbagai informasi yang diterima oleh umat manusia. Bila ditinjau dari jenisnya, kata pengetahuan merupakan kata benda, yang tersusun dari kata dasar “tahu” yang mendapat imbuhan “pe-an” yang secara singkat dapat diartikan sebagai segala hal yang berkenaan dengan

⁷⁰ Kamus Besar Bahasa Indonesia’, Diakses melalui situs <https://Kbbi.Web.Id/Pengetahuan>.

⁷¹ Muannif Ridwan, Ahmad Syukri, and B Badarussyamsi, ‘Studi Analisis Tentang Makna Pengetahuan Dan Ilmu Pengetahuan Serta Jenis Dan Sumbernya’, *Jurnal Geuthèè: Penelitian Multidisiplin*, 4.1 (2021), <<https://doi.org/10.52626/jg.v4i1.96>>, hlm.

kegiatan tahu dan mengetahui. Maka dari itu perlu dipahami tindakan mengetahui untuk mendapatkan pengetahuan.⁷²

b. Faktor yang mempengaruhi pengetahuan

Pengetahuan yang dimiliki oleh individu dipengaruhi oleh banyak faktor. Secara umum faktor yang mempengaruhi pengetahuan dapat diklasifikasikan menjadi dua yaitu faktor internal (berasal dari dalam individu) dan faktor eksternal (berasal dari luar individu).

1) Faktor Internal

a) Usia

Menurut Hurlock dikutip dalam Lestari, usia adalah umur individu yang dihitung mulai saat dilahirkan sampai berulang tahun. Semakin cukup umur, tingkat kematangan dan kekuatan seseorang akan lebih matang dalam berfikir dan bekerja. Dari segi kepercayaan masyarakat seseorang yang lebih dewasa dipercaya dari orang yang belum tinggi kedewasaannya.⁷³

b) Jenis kelamin

Pada pertengahan abad ke-19, para peneliti dapat membedakan perempuan dan laki-laki hanya dengan melihat otaknya, meski penelitian terbaru menyebutkan bahwa otak

⁷² Yuniarti, *Ekonomi Mikro Syariah*, hlm. 162.

⁷³ Darsini, Fahrurrozi, and Eko Agus Cahyono, 'Pengetahuan ; Artikel Review', *Jurnal Keperawatan*, 12.1 (2019), hlm. 10.

secara fisik tidak ada perbedaan antara otak perempuan dan laki-laki.⁷⁴

2) Faktor Eksternal

a) Pendidikan

Pendidikan berarti bimbingan yang diberikan seseorang terhadap perkembangan orang lain menuju kearah cita-cita tertentu yang menentukan manusia untuk berbuat dan mengisi kehidupan untuk mencapai keselamatan dan kebahagiaan. Pendidikan mempengaruhi seseorang untuk berperan serta dalam pembangunan dan umumnya semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang akan semakin mudah dalam menerima informasi.⁷⁵

b) Pekerjaan

Pekerjaan pada dasarnya merupakan aktivitas yang dilakukan manusia baik untuk mendapatkan gaji (*salary*) atau kegiatan yang dilakukan untuk mengurus kebutuhannya seperti mengerjakan pekerjaan rumah atau yang lainnya. Lingkungan pekerjaan dapat menjadikan seseorang memperoleh pengalaman dan pengetahuan baik secara langsung maupun secara tidak langsung.⁷⁶

⁷⁴ *Ibid.*

⁷⁵ Wawan A and Dewi, *Teori Dan Pengukuran Pengetahuan, Sikap Dan Perilaku Manusia* (Yogyakarta: Nuha Medika, 2010), hlm. 50.

⁷⁶ *Ibid*, hlm. 51.

c) Pengalaman

Pengalaman merupakan sumber pengetahuan sebagai cara untuk mendapatkan kebenaran dengan mengulang kembali pengetahuan yang diperoleh di masa lalu untuk memecahkan masalah. Pada umumnya semakin banyak pengalaman seseorang, semakin bertambah pengetahuan yang didapatkan. Dalam hal ini, pengetahuan ibu yang pernah melahirkan seharusnya lebih tinggi daripada pengetahuan ibu yang belum melahirkan sebelumnya

d) Sumber informasi

Salah satu faktor yang dapat memudahkan individu dalam memperoleh pengetahuan yaitu dengan cara mengakses berbagai sumber informasi yang ada di berbagai media. Seseorang yang mempunyai sumber informasi yang lebih banyak akan mempunyai pengetahuan yang lebih luas. Pada umumnya semakin mudah memperoleh informasi semakin cepat seseorang memperoleh pengetahuan yang baru.

e) Lingkungan

Lingkungan merupakan segala sesuatu yang ada di sekitar individu, baik lingkungan fisik, biologis, maupun sosial. Lingkungan berpengaruh terhadap proses masuknya pengetahuan ke dalam individu yang berada didalam lingkungan tersebut. Contohnya, apabila suatu wilayah mempunyai sikap

menjaga kebersihan lingkungan, maka sangat mungkin masyarakat sekitarnya mempunyai sikap menjaga kebersihan lingkungan.⁷⁷

f) Sosial Budaya

Sistem sosial budaya yang ada pada masyarakat dapat mempengaruhi dari sikap dalam menerima informasi. Seseorang yang berasal dari lingkungan yang tertutup seringkali sulit untuk menerima informasi baru yang akan disampaikan. Hal ini biasanya dapat ditemui pada beberapa komunitas masyarakat tertentu.⁷⁸

c. Hubungan pengetahuan terhadap keputusan

Dalam pengembangan pengetahuan tentang bagaimana informasi memengaruhi keputusan, berikut beberapa teori yang membahas mengenai hubungan antara pengetahuan dan proses pengambilan keputusan, yaitu:⁷⁹

1) *Theory of Knowledge and Decision Making*

Teori ini menekankan bahwa tingkat pengetahuan individu memengaruhi proses pengambilan keputusan. Semakin tinggi pengetahuan seseorang tentang suatu subjek atau situasi, semakin mungkin mereka membuat keputusan yang informasional dan rasional. Teori ini berakar pada pandangan bahwa individu yang

⁷⁷ *Ibid.*, hlm. 53.

⁷⁸ *Ibid.*, hlm. 54.

⁷⁹ Moh. Kurdi and others, *Dasar-Dasar Pengambilan Keputusan, CV Media Sains Indonesia* (Bandung: CV. Media Sains Indonesia, 2023), hlm. 51-55.

lebih terinformasi memiliki landasan pengetahuan yang lebih kuat, memungkinkan mereka untuk mengevaluasi berbagai opsi dengan lebih baik sebelum membuat keputusan.

2) *Prospect Theory*

Teori ini menyoroti peran pengetahuan dalam penilaian risiko individu. Menurut teori ini, pengetahuan yang lebih baik memungkinkan individu untuk mengevaluasi risiko secara lebih akurat, yang dapat memengaruhi keputusan mereka. Persepsi risiko dipandang sebagai faktor penting dalam membentuk sikap dan perilaku individu terhadap situasi atau keputusan tertentu.

3) *Naturalistic Theory*

Klein mengembangkan teori pengambilan keputusan di mana prosesnya tidak selalu dilakukan secara sistematis dan rasional. Menurut Klein, dalam situasi yang kompleks dan cepat berubah, pengambilan keputusan lebih mengandalkan intuisi dan pengalaman. Pengalaman, pengetahuan, dan keahlian dianggap membantu individu mengenali pola atau situasi serupa sehingga dapat membuat keputusan dengan lebih cepat dan tepat.

d. Indikator Pengetahuan

Pengetahuan diukur dengan pengukuran yang dikembangkan dari oleh Bian dan Moutinho yaitu:⁸⁰

⁸⁰ Xuemei Bian and Luiz Moutinho, 'The Role of Brand Image, Product Involvement, and Knowledge in Explaining Consumer Purchase Behaviour of Counterfeits: Direct and Indirect Effects', *European Journal of Marketing*, 45.1 (2011), <<https://doi.org/10.1108/03090561111095658>>, hlm. 196–197.

1) Pengetahuan Produk

Pemahaman pelaku usaha terkait produk yang dihasilkan, termasuk bahan-bahan yang digunakan dalam proses produksi. Pengetahuan ini penting untuk memastikan bahwa semua aspek produk berasal dari bahan hingga proses produksi memenuhi standar halal yang ditetapkan.

2) Perbedaan Produk

Pelaku usaha harus memiliki pengetahuan yang cukup untuk membedakan produk halal dengan produk non halal.

3) Informasi Produk

Pelaku usaha perlu memiliki pengetahuan tentang informasi yang harus disertakan pada label produk dan cara menyajikannya.

4) Kualitas Produk

Pengetahuan pelaku usaha tentang standar kualitas yang relevan dengan produk halal. Maka ini melibatkan pemahaman terhadap kualitas bahan baku, proses produksi yang memenuhi standar halal dan kualitas akhir dari produk yang bersertifikasi halal. Kualitas produk yang baik hal yang penting karena mampu membangun kepercayaan konsumen terhadap produk halal.

7. Mekanisme Prosedur

Prosedur merupakan hal yang penting untuk dimiliki suatu perusahaan atau organisasi agar segala fungsi dapat dilakukan secara seragam. Prosedur akan menjadi satu pedoman bagi suatu perusahaan atau

organisasi dalam menentukan langkah-langkah apa saja yang harus dilakukan untuk menjalankan suatu fungsi tertentu. Menurut Tambunan menyatakan bahwa prosedur adalah pedoman yang berisi prosedur operasional yang ada di dalam suatu organisasi yang digunakan untuk memastikan bahwa selama keputusan dan tindakan, serta penggunaan fasilitas-fasilitas proses yang dilakukan oleh orang-orang di dalam organisasi agar berjalan efektif, konsisten, standar dan sistematis.⁸¹

Pemerintah, melalui LPPOM MUI menghimbau para pelaku usaha UMKM untuk memastikan bahwa bisnis mereka memiliki sertifikasi halal. Makanan, obat-obatan, dan kosmetik adalah semua produk yang disertifikasi halal oleh LPPOM MUI. Makanan dapat dikategorikan menjadi produk yang dihasilkan dari industri pengolahan makanan, seperti makanan, minuman, bahan tambahan makanan, dan bahan pendukung lainnya, serta produk yang dihasilkan darinya.

Terdapat tiga pihak yang terlibat dalam sertifikasi halal, yaitu BPJPH, LPPOM MUI sebagai lembaga pemeriksa halal (LPH), dan MUI. BPJPH menjalankan penyelenggaraan jaminan produk halal, dan LPPOM MUI memeriksa kelengkapan dokumen, menjadwalkan audit, melaksanakan audit, menerbitkan memorandum audit, dan menyampaikan berita acara hasil audit pada rapat Komisi Fatwa MUI. Berdasarkan hasil

⁸¹ M Rud Tambunan, *Pedoman Penyusunan Standard Operating Prosedur* (Jakarta: Penerbit Maiesta, 2008), hlm. 67.

audit, MUI menetapkan kehalalan produk melalui Komisi Fatwa dan menerbitkan ketetapan Halal MUI.⁸²

Untuk mendapatkan sertifikat halal, pelaku usaha harus melakukan pendaftaran secara *online*. Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) membuat terobosan pelayanan pengurusan sertifikasi halal hanya selama 21 hari mulai dari pendaftaran hingga terbitnya sertifikat halal per produk yang diajukan oleh Pelaku Usaha, sebagaimana tergambar pada alur pendaftaran sertifikasi halal berikut ini:⁸³



Gambar 2. 1 Alur Proses Sertifikasi Halal

Sumber: <http://www.halal.go.id/>

Lebih lanjut, untuk memperjelas gambar di atas penulis mendeskripsikan alur proses pendaftaran sertifikasi halal yang berlaku setelah 14 Februari 2022 lengkap dengan urutan kegiatan pelaksanaan dan estimasi waktu sebagaimana terdapat pada tabel berikut ini:⁸⁴

⁸² LPPOM MUI, 'Prosedur Sertifikasi Halal MUI Untuk Produk Yang Beredar Di Indonesia'. Diakses melalui situ www.halalmui.org <<https://halalmui.org/prosedur-sertifikasi-halal-mui-untuk-produk-yang-beredar-di-indonesia/>>, tanggal 2 November 2023.

⁸³ Ririn Tri Puspita Ningrum, 'Problematika Kewajiban Sertifikasi Halal Bagi Pelaku Usaha Mikro Dan Kecil (UMK) Di Kabupaten Madiun', *Istithmar : Jurnal Studi Ekonomi Syariah*, 6.1 (2022), <<https://doi.org/10.30762/istithmar.v6i1.30>>, hlm. 47.

⁸⁴ *Ibid.*, hlm. 48.

Tabel 2. 1 Alur Layanan Sertifikasi Halal (Pasca 14 Februari 2022)

No	Alur Kegiatan	Pelaksana	Estimasi Waktu
1	Mendaftar melalui SIHALAL	Pelaku Usaha	
2	Memeriksa kelengkapan dokumen. Jika sesuai dikirim ke Lembaga Pemeriksa Halal (LPH)	BPJPH	
3	Menginput biaya pemeriksaan invoice diterbitkan oleh BPJPH	LPH	2 hari kerja
4	Membayar biaya sesuai invoice	Pelaku Usaha	
5	Memeriksa pembayaran. Jika sesuai, terbit STTS	BPJPH	
6	Memeriksa dan/atau menguji kehalalan produk	LPH	15 hari kerja
7	Menetapkan fatwa halal	MUI	3 hari kerja
8	Menerbitkan sertifikat halal	BPJPH	1 hari kerja

Sumber: <http://www.halal.go.id/> (Diolah kembali oleh penulis)

Prosedur sertifikasi halal memegang peranan sentral dalam menentukan kelayakan sebuah produk atau layanan untuk dikonsumsi oleh umat Islam. Untuk memastikan kehalalan, beberapa indikator variabel yang berkaitan dengan prosedur sertifikasi halal telah diidentifikasi sebagai pilar utama dalam proses tersebut. Setiap langkah dalam prosedur sertifikasi halal memerlukan pemahaman yang mendalam terkait aspek-aspek tertentu yang melibatkan bahan, proses produksi, dan sistem jaminan halal (SJH). Pemahaman yang jelas terhadap indikator-indikator ini sangat penting untuk memastikan keberlanjutan dan konsistensi dalam menjaga kehalalan produk.

Mekanisme sertifikasi halal terdapat dua jenis, yaitu reguler dan self-declare. Kedua mekanisme ini memiliki peran dan karakteristik

tersendiri dalam memastikan kehalalan produk. Pengurusan sertifikasi halal yang didasarkan atas pernyataan itu sendiri (*self declare*) hanya berlaku pada pelaku usaha mikro dan kecil yang dapat memenuhi dua kriteria yaitu produk menggunakan bahan yang sudah pasti halal atau tidak berisiko serta berdasarkan proses produksi yang dapat dipastikan kehalalannya. Setelah pelaku UMKM melakukan *self declare* dengan dua kriteria tersebut, proses akan dilanjutkan dengan verifikasi dan validasi pernyataan yang dilakukan oleh Pendamping Proses Produk Halal (Pendamping PPH). Sedangkan, pengurusan sertifikasi halal melalui mekanisme reguler dalam prosesnya tidak mengalami banyak perubahan jika dibanding dengan sertifikasi halal saat sebelum rezim UU Cipta kerja. Perbedaannya hanya terletak pada lembaga yang ikut serta dalam proses sertifikasi halal yaitu BPJPH, LPH dan MUI.

Berikut beberapa teori yang membahas mengenai hubungan antara mekanisme prosedur dan pengambilan keputusan, yaitu:⁸⁵

a. Teori Pengaruh Faktor Kontekstual

Teori ini dikemukakan oleh Kaplan bahwa keputusan seseorang tidak hanya dipengaruhi oleh faktor internal, tetapi juga oleh faktor-faktor kontekstual eksternal. Mekanisme prosedur atau proses yang terlibat dalam pengambilan keputusan dapat dianggap sebagai salah satu faktor kontekstual ini. Faktor-faktor ini mencakup

⁸⁵ Robert Kaplan, 'Cultural Thought Patterns in Inter-Cultural Education', *Language Learning*, 16 (2006), hlm. 1–20 <<https://doi.org/10.1111/j.1467-1770.1966.tb00804.x>>.

kondisi lingkungan, norma sosial, dan keadaan situasional yang dapat memengaruhi bagaimana individu memproses informasi dan membuat keputusan.

b. Teori Kepuasan dan Efisiensi

Dalam teori ini Oliver mengaitkan efisiensi mekanisme prosedur dengan tingkat kepuasan individu terhadap keputusan yang diambil. Mekanisme prosedur yang efektif memberikan efisiensi dalam pengolahan informasi dan memberikan kejelasan dalam langkah-langkah yang diambil, meningkatkan tingkat kepuasan individu terhadap keputusan.

c. Teori Keseluruhan Sistem

Scott Morton menggambarkan bahwa setiap elemen atau langkah dalam prosedur memiliki dampak pada keseluruhan sistem pengambilan keputusan. Dengan merinci dan menyelaraskan setiap langkah prosedur, individu dapat memandu diri mereka sendiri menuju keputusan yang lebih baik.

d. Teori Kepercayaan dan Keyakinan

Mayer et al., menyatakan bahwa mekanisme prosedur dapat membangun kepercayaan dan keyakinan individu terhadap keputusan yang diambil. Dengan menyediakan langkah-langkah yang terukur dan dapat diandalkan, mekanisme prosedur membantu meminimalkan ketidakpastian dan meningkatkan keyakinan individu terhadap keputusan.

Pentingnya indikator variabel dalam mekanisme prosedur sertifikasi halal dapat dijabarkan melalui beberapa aspek kunci. Mulai dari proses yang cepat hingga kemudahan yang diberikan kepada para pelaku industri, transparansi dalam pelaksanaan sertifikasi, hingga keterjangkauan biaya yang berdampak langsung pada keberlanjutan bisnis. Dengan demikian, penelitian dan pemahaman mendalam terkait indikator-indikator ini akan memberikan kontribusi besar dalam memperkuat prosedur sertifikasi halal dan menjadikannya lebih efisien dan efektif bagi semua pihak yang terlibat. Adapun penjelasan indikator variabel mekanisme prosedur sertifikasi halal, sebagai berikut:⁸⁶

1. Proses cepat

Mengukur kecepatan dalam melalui seluruh proses sertifikasi halal, mulai dari pengajuan permohonan hingga penerbitan sertifikasi halal. Pelaku usaha menginginkan proses sertifikasi yang efisien agar produk dapat segera masuk ke pasar, serta proses yang cepat dapat meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha.

2. Mudah

Menunjukkan tingkat kemudahan dalam menjalani proses sertifikasi halal, termasuk kelengkapan dokumen dan pemahaman terkait persyaratan. Proses sertifikasi yang mudah dapat mendorong

⁸⁶ Hirawati Oemar and others, 'Awareness and Intention To Register Halal Certification Of Micro and Small-Scale Food Enterprises', *F1000Research*, 11.October 2022 (2022) <<https://doi.org/10.12688/f1000research.75968.2>>.

lebih banyak pelaku usaha untuk mendapatkan sertifikasi halal dan membantu pertumbuhan industri halal secara nasional maupun global.

3. Transparan

Tingkat keterbukaan dan kejelasan dalam menjalani proses sertifikasi halal, sehingga pelaku usaha dapat memahami setiap tahapan dengan baik. Transparansi membantu kepercayaan antara pelaku usaha, lembaga sertifikasi, dan konsumen. Informasi yang jelas dapat mengurangi ketidakpastian dan keraguan.

4. Keterjangkauan biaya

Menunjukkan bahwa biaya yang dikeluarkan untuk sertifikasi halal dapat dijangkau oleh berbagai skala pelaku usaha. Keterjangkauan biaya menjadi faktor penting terutama bagi UMKM untuk dapat mengikuti proses sertifikasi halal.

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu bertujuan untuk mendapatkan bahan perbandingan dan acuan. Selain itu, diharapkan penulis dapat melihat perbedaan antara penelitian yang telah dilakukan dengan penelitian yang akan dilakukan, sehingga menghindari anggapan kesamaan dengan penelitian ini. Maka dalam tinjauan pustaka ini penulis mencantumkan hasil-hasil penelitian terdahulu sebagai berikut:

Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu

No.	Penulis	Judul	Hasil Penelitian
1.	Maulidiyah Isnaini Nuraliyah, Elfira Maya Adiba, dan Faizal Amir, 2023 ⁸⁷	Keputusan Sertifikasi Halal oleh UMKM di Bangkalan (Apakah Religiusitas dan Biaya Sertifikasi Berpengaruh?)	Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilaksanakan, maka diperoleh beberapa temuan sebagai berikut: a. Religiusitas tidak mempunyai pengaruh terhadap keputusan sertifikasi halal di Bangkalan. b. Pengetahuan produsen mempunyai pengaruh terhadap keputusan sertifikasi halal di Bangkalan. c. Pemahaman mempunyai pengaruh terhadap keputusan sertifikasi halal di Bangkalan. d. Biaya sertifikasi mempunyai pengaruh terhadap keputusan sertifikasi halal di Bangkalan.
Persamaan		a. Persamaan dari penelitian ini adalah pada variabel independen menggunakan variabel religiusitas, dan pengetahuan. b. Pada variabel dependen menggunakan keputusan sertifikasi halal. c. Menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner (angket). d. Sampel penelitian diambil dari produsen UMKM.	
Perbedaan		a. Perbedaan pada penelitian ini terdapat pada variabel independen yang menggunakan pemahaman dan biaya sertifikat, sedangkan pada penelitian ini menggunakan variabel mekanisme prosedur sertifikasi halal. b. Perbedaan pada penelitian ini menggunakan analisis SPSS sedangkan pada penelitian yang	

⁸⁷ Maulidiyah Isnaini Nuraliyah, Elfira Maya Adiba, and Faizal Amir, *Keputusan Sertifikasi Halal Oleh UMKM Di Bangkalan*.

		akan dilakukan menggunakan analisis <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM).	
2.	Putri Fatmawati, Firman Setiawan, dan Khoirun Nasik, 2023 ⁸⁸	Analisis Religiusitas, Kesadaran Halal, Literasi Halal, Dan Niat Berperilaku Dalam Memprediksi Pelaku UMKM Melakukan Sertifikasi Halal Di Kabupaten Bangkalan	Temuan dari penelitian ini adalah variabel niat berperilaku sertifikasi halal dan kesadaran halal melalui niat berperilaku sertifikasi halal yang berpengaruh signifikan. Sementara variabel yang lain tidak berpengaruh signifikan terhadap sertifikasi halal produk.
Persamaan		<p>a. Persamaan dari penelitian ini adalah sama-sama menggunakan variabel independen religiusitas.</p> <p>b. Menggunakan metode kuantitatif, <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM) sebagai alat analisis, dan penggunaan kuesioner.</p> <p>c. Sampel penelitian diambil dari produsen UMKM.</p>	
Perbedaan		Perbedaan dari penelitian ini adalah variabel independennya adalah kesadaran halal, literasi halal dan niat berperilaku sedangkan pada penelitian yang akan dilakukan penulis variabel independennya adalah pengetahuan dan mekanisme prosedur sertifikasi halal.	
3.	Ardani Sahputra, dan Hanny Nurlatifah, 2020 ⁸⁹	Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, dan Halal Terhadap Keputusan Memilih Melalui Attitude dan Brand Trust Pada Bakeri Modern (Studi Kasus 3 Bakeri Top Brand)	Hasil penelitian ini menemukan bahwa pengetahuan, religiusitas, dan halal tidak berpengaruh secara signifikan terhadap sikap konsumen roti modern. Pada tahap pertama, pengetahuan dan religiusitas tidak mempengaruhi keputusan konsumen, sedangkan pada tahap kedua, religiusitas dan halal tidak mempengaruhi keputusan konsumen. Pada tahap ketiga, pengetahuan dan

⁸⁸ Analisis Religiusitas and others, 'Analysis Of Religiosity, Halal Awareness, Halal Literacy, and Behavioral Intentions in Predicting Msme Actors to Carry Out Halal Certification in Bangkalan Regency', *Jurnal Ekonomi Syariah Dan Bisnis*, 6.1 (2023) <<https://doi.org/10.31949/maro.v6i1.3692>>.

⁸⁹ Ardani Sahputra and Hanny Nurlatifah, 'Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Dan Halal Terhadap Keputusan Memilih Melalui Attitude Dan Brand Trust Pada Bakeri Modern (Studi Kasus 3 Bakeri Top Brand)', *Jurnal Al Azhar Indonesia Seri Ilmu Sosial*, 1.1 (2020).

			religiusitas tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen, sedangkan religiusitas dan halal berpengaruh signifikan.
Persamaan		a. Terdapat persamaan pada variabel independen yaitu menggunakan variabel religiusitas dan pengetahuan. b. Menggunakan metode kuantitatif.	
Perbedaan		a. Perbedaan pada pada penelitian ini adalah teori pada variabel ini menggunakan teori perilaku konsumen, sedangkan teori pada penelitian yang hendak dilakukan menggunakan teori perilaku produsen. b. Pada penelitian ini menggunakan variabel independen yaitu variabel halal, sementara penelitian yang dilakukan penulis menggunakan variabel mekanisme prosedur sertifikasi halal. c. Terdapat perbedaan pada variabel dependen, di mana pada penelitian ini menggunakan variabel keputusan pembelian, sementara penulis menggunakan variabel keputusan sertifikasi halal. d. Subjek penelitian pada penelitian ini adalah konsumen, sedangkan subjek penelitian yang hendak dilakukan penulis adalah produsen. e. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif (<i>Descriptive Analysis</i>) analisis korespondensi (<i>Correspondence Analysis</i>), dan analisis jalur (<i>Path Analysis</i>), sedangkan pada penelitian yang akan dilakukan penulis menggunakan metode analisis <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM).	
4.	Fidyah Qurota A'yun, Dwiyani Sudaryanti, dan Abdullah Syakur Novianto, 2023 ⁹⁰	Pengaruh Pengetahuan, Prospek Bisnis Dan Kesadaran Halal Terhadap Kepatuhan Sertifikasi Halal Pengusaha Kuliner Kecamatan Paciran Lamongan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pengaruh, Prospek bisnis, kesadaran halal berpengaruh signifikan terhadap variabel kepatuhan sertifikasi halal, pengetahuan berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan sertifikasi halal. Prospek Bisnis berpengaruh signifikan

⁹⁰ Fidyah Qurota A'yun, Dwiyani Sudaryanti, and Abdullah Syakur Novianto, *Pengaruh Pengetahuan, Prospek Bisnis Dan Kesadaran Halal Terhadap Kepatuhan Sertifikasi Halal Pengusaha Kuliner Kecamatan Paciran Lamongan*.

			terhadap kepatuhan sertifikasi halal. Kesadaran Halal berpengaruh signifikan terhadap kepatuhan sertifikasi halal.
Persamaan		a. Pada salah satu variabel independen menggunakan variabel pengetahuan. b. Sampel penelitian diambil dari produsen. c. Menggunakan metode kuantitatif dan kuesioner (angket).	
Perbedaan		a. Terdapat perbedaan pada variabel independen, di mana pada penelitian ini menggunakan variabel prospek bisnis dan kesadaran halal, sementara penulis menggunakan variabel religiusitas, dan mekanisme prosedur sertifikasi halal. b. Terdapat perbedaan pada variabel dependen, di mana pada penelitian ini menggunakan variabel kepatuhan sertifikasi halal, sementara penulis menggunakan variabel keputusan sertifikasi halal. c. Perbedaan pada penelitian ini menggunakan analisis SPSS, sedangkan pada penelitian yang hendak dilakukan penulis menggunakan analisis <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM).	
5.	Sulistyo Prabowo, 2014 ⁹¹	<i>Revealing factors hindering halal certification in East Kalimantan Indonesia</i>	<i>The authors found that through NGT, the authors can obtain top priority issues to be followed up by the respecting institutions which are concerned. The lack of socialization and information have led to the lack of knowledge and awareness. This is the most important issue addressed by the participants.</i>
Persamaan		a. Penelitian berhubungan dengan isu sertifikasi halal, yang menunjukkan pentingnya aspek kehalalan dalam produk makanan dan minuman. b. Kedua penelitian berlokasi di Indonesia, menunjukkan bahwa Indonesia adalah pasar yang signifikan dalam industri produk halal.	
Perbedaan		a. Pada penelitian ini fokus pada mengidentifikasi faktor-faktor yang menghambat proses sertifikasi halal di wilayah Kalimantan Timur. Penelitian ini	

⁹¹ Sulistyo Prabowo and others, 'Revealing Factors Hindering Halal Certification in East Kalimantan Indonesia', *Journal of Islamic Marketing*, 6.2 (2015), 268–91 <<https://doi.org/10.1108/JIMA-05-2014-0040>>.

	<p>lebih bersifat deskriptif dan mengidentifikasi kendala-kendala khusus yang dihadapi oleh produsen atau lembaga sertifikasi halal di daerah tersebut, sementara penelitian yang dilakukan penulis berfokus pada faktor-faktor yang memengaruhi keputusan individu, khususnya pelaku UMKM, untuk mendapatkan sertifikasi halal. Ini adalah pendekatan yang lebih mikro dan mengeksplorasi dampak dari variabel-variabel tertentu (religiusitas, pengetahuan, mekanisme prosedur) terhadap keputusan sertifikasi halal.</p> <p>b. Penelitian ini melibatkan berbagai pemangku kepentingan dan lebih berfokus pada gambaran yang lebih umum, sementara penelitian yang hendak dilakukan penulis lebih terbatas dalam skala, dengan memeriksa sejumlah kecil pelaku UMKM.</p> <p>c. Penelitian ini tampaknya bertujuan untuk mengidentifikasi masalah dan kendala dalam proses sertifikasi halal di wilayah tertentu, sementara penelitian yang hendak dilakukan penulis bertujuan untuk memahami bagaimana faktor-faktor tertentu memengaruhi keputusan individu dalam hal sertifikasi halal.</p>		
6.	Novita Kusuma Maharani, dan Ani Silvia, 2019 ⁹²	Analisis Pengaruh Pengetahuan Dan Religiusitas Terhadap Niat Pembelian Produk Kosmetik Halal	Hasil dari penelitian menyatakan bahwa pengetahuan menjadi faktor penting terhadap niat seseorang dalam pembelian produk kosmetik halal. sedangkan, pengaruh religiusitas bernilai positif namun tidak signifikan yang berarti tidak ada pengaruh yang berarti seseorang memiliki tingkat kereligiusan yang tinggi maupun rendah terhadap keinginannya membeli produk kosmetik halal.
Persamaan	a. Persamaan dari penelitian ini adalah pada variabel independen menggunakan variabel religiusitas, dan pengetahuan.		

⁹² Novita Kusuma Maharani and dan Ani Silvia, 'Analisis Pengaruh Pengetahuan Dan Religiusitas Terhadap Niat Pembelian Produk Kosmetik Halal', *AL-URBAN: Jurnal Ekonomi Syariah Dan Filantropi Islam*, 3.1 (2019) <https://doi.org/10.22236/alurban_vol3/is1pp81-94>.

		b. Menggunakan metode kuantitatif dan kuesioner (angket).
Perbedaan		<p>a. Perbedaan pada pada penelitian ini adalah teori pada variabel ini menggunakan teori perilaku konsumen, sedangkan teori pada penelitian yang hendak dilakukan menggunakan teori perilaku produsen.</p> <p>b. Perbedaan pada penelitian ini menggunakan analisis SPSS, sedangkan pada penelitian yang hendak dilakukan penulis menggunakan analisis <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM).</p> <p>c. Terdapat perbedaan pada variabel dependen, di mana pada penelitian ini menggunakan variabel niat pembelian, sementara penulis menggunakan variabel keputusan sertifikasi halal.</p> <p>d. Subjek penelitian pada penelitian ini adalah konsumen, sedangkan subjek penelitian yang hendak dilakukan penulis adalah produsen.</p>
7.	Aditya Rahayu, dan Muzakar Isa, 2023 ⁹³	<p>Analisis Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Dan Norma Subyektif Terhadap Sikap Pemuda Muslim Dalam Niat Beli Produk Kosmetik Halal (Studi Kasus Di Solo Raya</p> <p>Temuan penelitian ini juga menunjukkan bahwa sikap wanita muslim berperan dalam memediasi pengaruh antara pengetahuan, religiusitas, dan norma subyektif dalam keinginan mereka untuk membeli kosmetik halal. Implikasi manajerial penelitian ini antara lain perlunya produsen kosmetik halal Solo Raya meningkatkan edukasi konsumen tentang religiusitas, norma subjektif, dan pengetahuan konsumen saat memasarkan produknya, serta dampak sikap konsumen terhadap niat beli produk.</p>
Persamaan		<p>a. Persamaan dari penelitian ini adalah pada variabel independen menggunakan variabel religiusitas, dan pengetahuan.</p> <p>b. Menggunakan metode kuantitatif dan kuesioner (angket).</p>

⁹³ Aditya Rahayu and Muzakar Isa, 'Analysis Of The Influence Of Knowledge, Religion, And Subjective Norm On Attitude Of Muslim Youth In Purchasing Intention To Halal Cosmetic Products (Case Study In Solo Raya)Id 2 *Corresponding Author', *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4.4 (2023), 3568–79 Diakses melalui <<http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>>.

Perbedaan	<ul style="list-style-type: none"> a. Terdapat perbedaan pada variabel independen, di mana pada penelitian ini menggunakan variabel norma subyektif, sementara penulis menggunakan variabel mekanisme prosedur. b. Terdapat perbedaan pada variabel dependen, di mana pada penelitian ini menggunakan variabel niat pembelian, sementara penulis menggunakan variabel keputusan sertifikasi halal. c. Perbedaan pada penelitian ini adalah teori pada variabel ini menggunakan teori perilaku konsumen, sedangkan teori pada penelitian yang hendak dilakukan menggunakan teori perilaku produsen. d. Subjek penelitian pada penelitian ini adalah konsumen, sedangkan subjek penelitian yang hendak dilakukan penulis adalah produsen. e. Perbedaan pada penelitian ini menggunakan analisis SPSS, sedangkan pada penelitian yang hendak dilakukan penulis menggunakan analisis <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM).
-----------	--

Berdasarkan penelitian terdahulu di atas, terlihat beberapa keunikan yang akan menjadi fokus dalam penelitian ini dibandingkan dengan penelitian sebelumnya. Salah satu perbedaannya adalah bahwa terdapat penelitian terdahulu yang cenderung memusatkan perhatian pada konsumen dengan menggunakan teori perilaku konsumen terutama terkait pengetahuan produk, religiusitas konsumen, dan keputusan pembelian terhadap produk yang berlabel halal. Sedangkan, penelitian ini mampu melengkapi penelitian terdahulu yang menggunakan teori perilaku produsen. Fokusnya akan mencakup aspek religiusitas produsen, pengetahuan produsen tentang produk halal, dan mekanisme prosedur sertifikasi halal yang dihubungkan dengan keputusan dalam menjalani proses sertifikasi halal. Penambahan variabel mekanisme prosedur sertifikasi halal menjadi perbedaan sekaligus elemen kebaruan. Hal ini

memungkinkan penelitian untuk menganalisis lebih dalam tentang respons pelaku UMKM terhadap mekanisme prosedur sertifikasi halal. Selain itu, analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM), sebuah teknik analisis data yang belum dieksplorasi dalam penelitian sebelumnya.

C. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan pemaparan yang sudah dijelaskan, maka tergambar konsep yang akan dijadikan sebagai acuan penelitian dalam mengaplikasikan penelitian ini. Terdapat interaksi antara tiga variabel independen, yaitu religiusitas (X_1), pengetahuan (X_2), dan mekanisme prosedur (X_3), dengan variabel dependen yaitu keputusan sertifikasi halal (Y). Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana faktor-faktor ini mempengaruhi terhadap keputusan produsen UMKM dalam mengikuti proses sertifikasi halal.

Religiusitas menjadi faktor untuk membentuk sifat dan keputusan produsen dalam mengikuti proses sertifikasi halal. Kepatuhan dan komitmen terhadap ajaran agama Islam menjadi pendorong utama, produsen yang lebih religius cenderung memprioritaskan sertifikasi halal sebagai bagian integral dari praktik bisnis mereka. Teori perilaku konsumen berbasis nilai dan kepercayaan menunjukkan bahwa nilai-nilai dan kepercayaan individu memengaruhi perilaku konsumen. Dalam konteks sertifikasi halal, nilai-nilai seperti komitmen terhadap prinsip-prinsip etika dan moral serta kepercayaan religius menjadi landasan moral dalam keputusan produsen. Meskipun terdapat perbedaan pandangan dalam penelitian terdahulu, implikasi teori perilaku

konsumen berbasis nilai dan kepercayaan menyoroti peran nilai-nilai individu dan kepercayaan religius dalam membentuk keputusan produsen terkait sertifikasi halal.

Pengetahuan produsen tentang sertifikasi halal memiliki korelasi positif dengan keputusan mereka untuk mengikuti proses sertifikasi. Temuan ini sejalan dengan penelitian "*Ethics of Food Handlers Throughout the Supply Chain in the Halal Food Industry*" yang menunjukkan bahwa pengetahuan tentang legalitas dan standar halal dianggap sebagai etika produsen. Implikasinya adalah pengetahuan tentang produk halal dianggap sebagai dasar hukum dalam pengambilan keputusan sertifikasi halal.⁹⁴

Teori yang mendukung pengaruh antara pengetahuan dan pengambilan keputusan mencakup, pertama *theory of knowledge and decision making*, yang menyatakan bahwa tingkat pengetahuan individu memengaruhi keputusan dengan menekankan bahwa individu yang lebih terinformasi membuat keputusan yang lebih informasional dan rasional. Kedua, *prospect theory* yang menyoroti peran pengetahuan dalam penilaian risiko individu, di mana pengetahuan yang lebih baik memengaruhi evaluasi risiko dan, oleh karena itu, keputusan. Ketiga, *naturalistic theory* yang menunjukkan bahwa dalam situasi kompleks, pengambilan keputusan mengandalkan intuisi, pengalaman, dan pengetahuan untuk mengenali pola atau situasi serupa. Dukungan empiris untuk hipotesis ini dapat ditemukan dalam penelitian Maulidiyah, et al., yang

⁹⁴ Siti Manan, Fadilah Abd Rahman, and Mardhiyyah Sahri, *Contemporary Issues and Development in the Global Halal Industry: Selected Papers from the International Halal Conference 2014* (Singapore: Springer, 2017) <<https://doi.org/10.1007/978-981-10-1452-9>>, hlm.496.

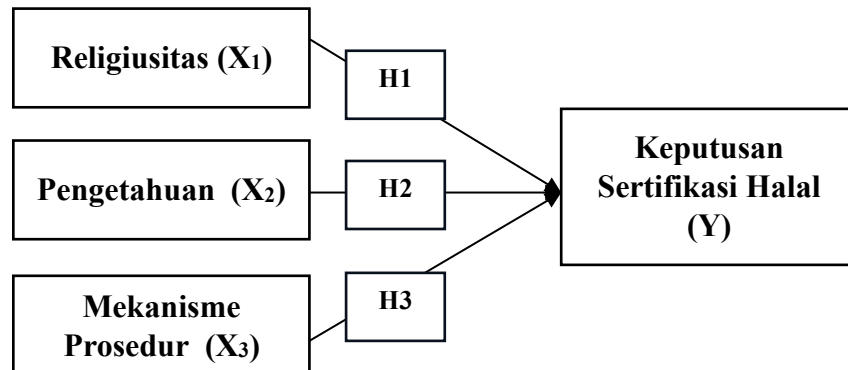
menunjukkan bahwa pengetahuan berpengaruh positif secara signifikan terhadap keputusan sertifikasi halal.

Mekanisme prosedur dalam sertifikasi halal dapat memengaruhi keputusan produsen. Jika dianggap rumit, mahal, atau memakan waktu, produsen enggan mengikuti proses sertifikasi. Sebaliknya, mekanisme yang dianggap mudah dipahami dan efisien dapat mendorong produsen untuk mengambil langkah-langkah menuju sertifikasi halal.

Beberapa teori yang mendukung hubungan ini yaitu pertama, teori faktor kontekstual di mana meliputi faktor eksternal seperti kondisi lingkungan dapat memengaruhi bagaimana individu membuat keputusan. Kedua, teori kepuasan dan Efisiensi di mana efisiensi mekanisme prosedur dapat meningkatkan kepuasan individu terhadap keputusan yang diambil. Ketiga teori keseluruhan sistem bahwa setiap langkah dalam prosedur memiliki dampak pada keseluruhan sistem pengambilan keputusan. Keempat, teori kepercayaan dan keyakinan di mana mekanisme prosedur membangun kepercayaan dan keyakinan terhadap keputusan dengan menyediakan langkah-langkah yang terukur dan dapat diandalkan.

Pentingnya pemahaman yang baik tentang prosedur sertifikasi halal terbukti dalam penelitian Budi Nur Siswanto, et al., yang menunjukkan bahwa kerumitan prosedur memiliki pengaruh negatif. Namun, penelitian Giyanti, et al., menunjukkan bahwa variabel prosedur tidak memengaruhi kesadaran UMKM terhadap kepemilikan sertifikat halal.

Maka dapat digambarkan kerangka pemikiran sebagai berikut:



Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran

D. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan.⁹⁵ Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah dan kajian teori, serta kerangka berpikir yang telah diuraikan di atas, maka hipotesis yang diajukan penulis dalam penelitian ini dikembangkan melalui model penelitian dan *research gap* tentang pengaruh religiusitas, pengetahuan, dan prosedur sertifikasi terhadap keputusan sertifikasi halal dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Pengaruh Religiusitas Terhadap Keputusan Sertifikasi Halal

H_{01} : Religiusitas (X_1) berpengaruh tidak signifikan terhadap Keputusan Sertifikasi Halal (Y)

H_{a1} : Religiusitas (X_1) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Sertifikasi Halal (Y)

⁹⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, hlm. 63.

2. Pengaruh Pengetahuan Terhadap Keputusan Sertifikasi Halal

H_{02} : Pengetahuan (X_2) berpengaruh tidak signifikan terhadap Keputusan Sertifikasi Halal (Y)

H_{a2} : Pengetahuan (X_2) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Sertifikasi Halal (Y)

3. Pengaruh Mekanisme Prosedur Terhadap Keputusan Sertifikasi Halal

H_{03} : Mekanisme Prosedur (X_3) berpengaruh tidak signifikan terhadap Keputusan Sertifikasi Halal (Y)

H_{a3} : Mekanisme Prosedur (X_3) signifikan berpengaruh terhadap Keputusan Sertifikasi Halal (Y)