DETERMINAN MINAT PELAKU USAHA MIKRO DI KABUPATEN SLEMAN DALAM MENGAJUKAN SERTIFIKASI HALAL DENGAN PENDEKATAN TPB DAN RELIGIUSITAS

Determinants Of Interest Of Micro Enterprises In Sleman District In Applying For Halal Certification Using The Tpb And Religiosity Approach

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi dari Program Studi Ekonomi Islam





Acc Skripsi 11 Juli 2024
Rheyza Virgiawan, Lc., M.E

Oleh:

SITI NUR AIDA ZAHRA

20423141

PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM
JURUSAN STUDI ISLAM
FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA
2024

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama	: Siti Nur Aida Zahra
NIM	: 20423141
Program Studi	: Ekonomi Islam
Fakultas	: Ilmu Agama Islam
Judul Skripsi	: Determinan Minat Pelaku Usaha Mikro Di Kabupaten Sleman Dalam Mengajukan Sertifikasi Halal Dengan Pendekatan TPB Dan Religiusitas

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan skripsi ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya. Apabila ternyata di kemudian hari penulisan skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib yang berlaku di Universitas Islam Indonesia.

Demikian surat ini saya buat dengan sebenarnya dan tidak dipaksakan.

Yogyakarta, 08 Juli 2024



Siti Nur Aida Zahra

NOTA DINAS

Yogyakarta, 19 Maret 2024 M

9 Ramadan 1445 H

Hal : Skripsi

Kepada : Yth. Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam

Universitas Islam Indonesia

Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Berdasarkan penunjukkan Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta dengan surat nomor: 555/Dek/60/DAATI/FIAI/III/2024 tanggal 19 Maret 2024 M, 9 Ramadhan 1445 H atas tugas kami sebagai pembimbing skripsi saudara:

Nama	: Siti Nur Aida Zahra
NIM	: 20423141
Program Studi	: Ekonomi Islam
Fakultas	: Ilmu Agama Islam
Judul Skripsi	: Determinan Minat Pelaku Usaha Mikro Di Kabupaten Sleman Dalam Mengajukan Sertifikasi Halal Dengan Pendekatan TPB Dan Religiusitas

Setelah kami teliti dan kami adakan perbaikan seperlunya, akhirnya kami berketetapan bahwa skripsi saudara tersebut di atas memenuhi syarat untuk diajukan sidang munaqasah Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Dosen Pembimbing

Rheyza Virgiawan,Lc.,ME

REKOMENDASI PEMBIMBING

Yang bertanda tangan dibawah ini. Dosen Pembimbing Skripsi

Nama Mahasiswa	: Siti Nur Aida Zahra
NIM	: 20423141
Judul Skripsi	: Determinan Minat Pelaku Usaha Mikro Di Kabupaten Sleman Dalam Mengajukan Sertifikasi Halal Dengan Pendekatan TPB Dan Religiusitas

Menyatakan bahwa berdasarkan proses dan hasil bimbingan selama ini serta dilakukan perbaikan, maka yang bersangkutan dapat mendaftarkan diri untuk mengikuti munaqasah skripsi pada Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

Yogyakarta, 5 Juli 2024

Rheyza Virgiawan,Lc.,ME

LEMBAR PENGESAHAN

FAKULTAS
ILMU AGAMA ISLAM

Gedung K.H. Wahid Hasyim
Kampus Terpadu Universitas Islam Indonesia
Jl. Kaliurang km 14,5 Yogyakarta 55584
T. (0274) 898444 ext. 4511
F. (0274) 898463
E. fiai@uii.ac.id
W. fiai.uii.ac.id

PENGESAHAN

Tugas Akhir ini telah diujikan dalam Sidang Munaqasah Program Sarjana Strata Satu (S1) Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Program Studi Ekonomi Islam yang dilaksanakan pada:

Hari	:	Rabu
Tanggal	:	7 Agustus 2024
Judul Tugas Akhir	:	Determinan Minat Pelaku Usaha Mikro di Kabupaten Sleman dalam Mengajukan Sertifikasi Halal dengan Pendekatan TPB dan Religiusitas
Disusun oleh	:	SITI NUR AIDA ZAHRA
Nomor Mahasiswa	:	20423141

Sehingga dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) Ekonomi Islam pada Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

TIM PENGUJI:

Ketua/Pembimbing	: Rheyza Virgiawan, Lc., ME	(.....)
Penguji I	: Anom Garbo, SEI, ME	(.....)
Penguji II	: Dr. Nur Kholis, S.Ag, SEI, M.Sh.Ec.	(.....)

Yogyakarta, 13 Agustus 2024

Dr. Drs. Asmuni, MA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirabbil ‘Alamin, Puji syukur kepada Allah SWT yang senantiasa memberikan nikmat, karunia, kesehatan, kekuatan lahir dan bathin, kecukupan segalanya serta rahmat yang selalu tercurah kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir penelitian ini dengan baik. Sholawat serta salam tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah memberikan pentunjuk kehidupan manusia dan kita selalu berharap syafaatnya di hari akhir kelak. Adapun skripsi ini penulis persembahkan untuk :

Ucapan terimakasih yang tak terhingga penulis ucapkan kepada kedua orang tua tersayang, Bapak Dr.Abdurrifai,S.H.M.Kn dan Ibu Nurhayati, S.Pd. yang senantiasa membimbing, mendidik, mendoakan penulis dengan penuh keikhlasan dan kasih sayang sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Kepada kakak dan adik kandung penulis, Ahmad Faiq Rifqi, Aisyah Naifah Ufairah, dan Atifa Nailatul Izzah. Terimakasih telah menjadi saudara yang baik, penyayang dan menjadi motivasi bagi penulis, semoga kita senantiasa saling menjaga dan saling menyayangi selamanya.

Terima kasih kepada seluruh dosen di Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia terutama kepada dosen Program Studi Ekonomi Islam yang telah membimbing, mendidik, dan memberikan ilmu yang sangat bermanfaat sejak awal perkuliahan hingga saat ini. Semoga penulis dapat mengamalkan semua ilmu yang telah diberikan dengan sebaik-baiknya.

MOTTO

“Dan aku menyerahkan urusanku kepada Allah”

(QS. Ghafir : 44)

“Apabila sesuatu yang kau senangi tidak terjadi,maka senangilah apa yang terjadi”

(Ali bin Abi Thalib)

“Tidak semua usaha itu dipermudah, tapi semua yang berusaha pasti akan berbuah”

ABSTRAK
DETERMINAN MINAT PELAKU USAHA MIKRO DI KABUPATEN SLEMAN DALAM MENGAJUKAN SERTIFIKASI HALAL DENGAN PENDEKATAN TPB DAN RELIGIUSITAS

SITI NUR AIDA ZAHRA

20423141

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui minat pelaku umkm Yogyakarta dalam mengajukan sertifikasi halal dengan menggunakan pendekatan *theory of planned behavior* (TPB) yang meliputi sikap (*attitude),* norma subjektif *(subjective norm),* persepsi kontrol perilaku *(perceived behavior control)* dan menambahkan religiusitas sebagai tambahan variabel . Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan penyebaran kuesioner pada 162 pelaku umkm kuliner di Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan alat analisis SmartPLS versi 3.0 dengan metode analisis *PLS structural equation modeling* atau *PL – SEM.* Hasil dari penelitian ini menjelaskan bahwa variabel sikap dan norma subjektif tidak berpengaruh terhadap minat pelaku umkm dalam mengajukan sertifikasi halal,sedangkan variabel persepsi kontrol perilaku dan religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pelaku umkm dalam mengajukan sertifikasi halal.

Kata Kunci : *theory of planned behavior,* Minat Pelaku Usaha, Religiusitas

ABSTRACT

DETERMINANTS OF INTEREST OF MICRO ENTERPRISES IN SLEMAN DISTRICT IN APPLYING FOR HALAL CERTIFICATION USING THE TPB AND RELIGIOSITY APPROACH

SITI NUR AIDA ZAHRA

20423141

This research aims to determine the interest of Yogyakarta MSME actors in applying for halal certification using the theory of planned behavior (TPB) approach which includes attitudes, subjective norms, perceived behavior control and adding religiosity as an additional variable. This research used quantitative methods by distributing questionnaires to 162 culinary MSMEs in Yogyakarta. This research uses the SmartPLS version 3.0 analysis tool with the PLS structural equation modeling or PL – SEM analysis method. The results of this research explain that the attitude and subjective norm variables have no effect on the interest of MSME actors in applying for halal certification, while the variables of perceived behavioral control and religiosity have a positive and significant effect on the interest of MSME actors in applying for halal certification.

Keywords: theory of planned behavior, interest of business actors, religiosity

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN

KEPUTUSAN BERSAMA

MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN

REPUBLIK INDONESIA

Nomor: 158 Th.1987

Nomor: 0543b/U/1987

Pendahuluan

Penelitian Transliterasi Arab – Latin merupakan salah satu program penelitian Puslitbang Lektur Agama. Badan Litbang Agama. Yang pelaksanaanya dimulai tahun anggaran 1983/1984. Untuk mencapai hasil rumusan yang lebih baik,hasil penelitian itu dibahas dalam pertemuan terbatas guna menampung pandangan dan pemikiran para ahli agar dapat dijadikan bahan telaah yang berharga bagi forum seminar yang sifatnya lebih luas dan nasional.

Transliterasi Arab – Latin memang dihajatkan oleh bangsa Indonesia karena huruf Arab dipergunakan untuk menuliskan kitab Agama Islam berikut penjelasannya (Al-Qur'an dan Hadist), sementara bangsa Indonesia mempergunakan huruf Latin untuk menuliskan bahasanya. Karena Ketiadaan pedoman uang baku, yang dapat dipergunakan untuk umat Islam di Indonesia yang merupakan mayoritas bangsa Indonesia, transliterasi Arab – Latin yang terpakai dalam masyarakat banyak ragamnya. Dalam menuju kearah pembakuan itulah Puslitbang Lektur Agama melalui penelitian dan seminar berusaha menyusun pedoman yang diharapkan dapat berlaku secara Nasional.

Dalam seminar yang diadakan tahun anggaran 1985/1986 telah dibahas beberapa makalah yang disajikan oleh para ahli, yang kesemuanya memberikan sumbangan yang besar bagi usaha ke arah itu. Seminar itu juga membentuk tim yang bertugas merumuskan hasil seminar dan selanjutnya hasil tersebut dibahas lagi dalam seminar yang lebih luas,Seminar Nasional Pembakuan Transliterasi Arab – Latin Tahun 1985/1986. Tim tersebut terdiri dari 1) H. Sawabi Ihsan, M. A, 2) Ali Audah, 3) Prof. Gazali Dunai, 4) Prof. Dr. H.B. Jassin, dan 5) Drs. Sudarno,M.Ed.

Dalam pidato pengarahan Tanggal 10 Maret 1986 pada seminar tersebut, Kepala Litbang Agama menjelaskan bahwa pertemuan itu mempunyai arti penting dan strategis karena:

1. Pertemuan ilmiah ini menyangkut perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya Ilmu Pengetahuan Keislaman, sesuai dengan gerak majunya pembangunan yang semakin cepat.
2. Pertemuan ini merupakan tanggapan langsung terhadap kebijaksanaan Menteri Agama Kabinet Pembangunan IV, tentang perlunya peningkatan pemahaman, penghayatan, dan pengalaman agama bagi setiap umat beragama, secara ilmiah dan rasional.

Pedoman Transliterasi Arab–Latin yang baku telah lama didambakan karena sangat membantu dalam pemahaman terhadap ajaran dan perkembangan Islam di Indonesia. Umat Islam di Indonesia tidak Semuanya mengenal dan menguasai huruf Arab. Oleh karena itu, pertemuan ilmiah yang diadakan kali ini pada dasarnya juga merupakan upaya untuk pembinaan dan peningkatan kehidupan beragama, khususnya umat Islam di Indonesia.

Badan Litbang Agama dalam hal ini Puslitbang Lektur Agama, dan Instansi lain yang ada hubungannya dengan kelekturan,sangat memerlukan pedoman yang baku tentang Transliterasi Arab-Latin yang dapat di jadikan acuan dalam penelitian dan pengalih hurufan, dari Arab ke Latin dan sebaliknya.

Dari hasil penelitian dan penyajian pendapat para ahli diketahui bahwa selama ini masyarakat masih mempergunakan transliterasi yang berbeda- beda,Usaha penyeragamannya sudah pernah di coba,baik oleh instansi maupun perorangan,namun hasilnya belum ada yang bersifat menyeluruh,di pakai oleh seluruh umat islam di Indonesia. Oleh karena itu dalam usaha mencapai keseragaman,seminar menyepakati adanya pedoman Transliterasi Arab – Latin baku yang dikuatkan denagan suatu Surat Keputusan Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan untuk di gunakan secara Nasional.

Pengertian Transliterasi

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

Prinsip Pembakuan

Pembakuan pedoman Transliterasi Arab – Latin ini di susun dengan prinsip sebagai berikut:

1. Sejalan dengan Ejaan Yang Di Sempurnakan.
2. Huruf Arab yang belum ada padanannya dalam huruf Latin dicarikan padanan dengan cara memberi tambahan tanda diakritik, dengan dasar "satu fenom satu lambang".
3. Pedoman Transliterasi ini diperuntukkan bagi masyarakat umum.

Rumusan Pedoman Transliterasi Arab - Latin

Hal-hal yang dirumuskan sacara kongkrit dalam pedoman Transliterasi Arab - Latin ini meliputi:

1. Konsonan
2. Vokal (tunggal dan rangkap)
3. Maddah
4. Ta'marbutah
5. Syaddah
6. Kata sandang (di depan huruf Syamsiyah dan Qomariyah)
7. Hamzah
8. Penulisan kata
9. Huruf kapital
10. Tajwid

1. Konsonan

Fonem konsonan Bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf,dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian di lambangkan dengan tanda ,dan sebagian lagi

dengan huruf dan tanda sekaligus. Dibawah ini daftar huruf arab dan transliterasinya dengan huruf Latin:

Huruf arab	Nama	Huruf latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ṡa	ṡ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Ẑal	ẑ	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	„ain	„	koma terbalik (di atas)

غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ى	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia yang terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

1) Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
◌َ	Fathah	A	A
◌ِ	Kasrah	I	I
◌ُ	Dhammah	U	U

2) Vokal Rangkap

Vokal rangkap dalam bahasa Arab yang lambangnya berupa

gabungan antara harkat dan huruf, yaitu:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
يْ...َ	Fathah dan ya	Ai	a dan u
وْ...َ	Fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

- كَتَبَ kataba
- فَعَلَ fa`ala
- سُئِلَ suila
- كَيْفَ kaifa
- حَوْلَ haula

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ...ىَ...	Fathah dan alif atau ya	Ā	a dan garis di atas
ىِ...	Kasrah dan ya	Ī	i dan garis di atas
وُ...	Dammah dan wau	Ū	u dan garis di atas

Contoh:

- قَالَ qāla
- رَمَى ramā
- قِيْلَ qīla
- يَقُوْلُ yaqūlu

4. Ta'marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

a. Ta' marbutah hidup

Ta' marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah "t".

b. Ta' marbutah mati

Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h".

c. Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan "h".

Contoh:

- رَوْضَةُ الأَطْفَالِ raudah al-atfãl/raudahtul atfãl
- الْمَدِيْنَةُ الْمُنَوَّرَةُ al-madīnah al-munawwarah/al-madīnatul munawwarah
- طَلْحَةْ talhah

5. Syaddah

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

- نَزَّلَ nazzala
- البِرُّ al-birr

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

   Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf "l" diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.
2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

   Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.
3. Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

Contoh:

- الرَّجُلُ ar-rajulu
- الْقَلَمُ al-qalamu
- الشَّمْسُ asy-syamsu

- الْجَلاَلُ al-jalālu

7. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

- تَأْخُذُ ta'khużu
- شَيئٌ syai'un
- النَّوْءُ an-nau'u
- إِنَّ inna

8. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

- وَ إِنَّ اللهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِيْنَ Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn/
  Wa innallāha lahuwa khairurrāziqīn
- بِسْمِ اللهِ مَجْرَاهَا وَ مُرْسَاهَا Bismillāhi majrehā wa mursāhā

9. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- الْحَمْدُ للهِ رَبِّ الْعَالَمِيْنَ — Alhamdu lillāhi rabbi al-`ālamīn/
  Alhamdu lillāhi rabbil `ālamīn
- الرَّحْمنِ الرَّحِيْمِ — Ar-rahmānir rahīm/Ar-rahmān ar-rahīm

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

- اللهُ غَفُوْرٌ رَحِيْمٌ — Allaāhu gafūrun rahīm
- لِلّهِ الأُمُوْرُ جَمِيْعًا — Lillāhi al-amru jamī`an/Lillāhil-amru jamī`an

10. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيْمِ

الحَمْدُلِلّهِ رَبِّ العَالَمِيْنَ ، وَالصَّلاَةُوَالسَّلاَمُ عَلَى أَشْرَفِ الأَنْبِيَاءِوَالْمُرْسَلِيْنَ نَبِيِّنَاوَحَبِيْبِنَامُحَمَّدٍوَعَلَى آلِهِ أَجْمَعِيْنَ،

تَبِعَهُمْ بِإِ حْسَا نٍ إِلَى يَوْمِ الدِّيْنِ،أَمَا بِعْدُ

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas berkah dan rahmat-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "Determinan Minat Pelaku Usaha Mikro Di Kabupaten Sleman Dalam Mengajukan Sertifikasi Halal Dengan Pendekatan TPB Dan Religiusitas" Sholawat serta salam tak lupa selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah memberikan pedoman serta petunjuk di setiap kehidupan manusia.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi tugas akhir sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia. Penulisan skripsi ini tidak lepas dari bantuan, dukungan, dan doa dari berbagai pihak baik berupa nasihat, motivasi, kritik, maupun saran. Untuk itu, peneliti mengucapkan banyak terima kasih kepada:

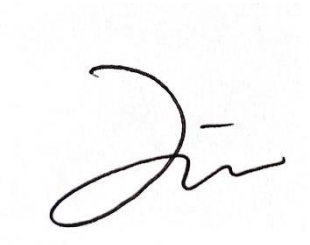
1. Bapak Prof. Fathul Wahid, ST., M.Sc., Ph.D, selaku Rektor Universitas Islam Indonesia beserta seluruh jajarannya dan rektor-rektor sebelumnya yang telah memberikan kesempatan kepada kami untuk menuntut ilmu menjadi mahasiswa di Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak Dr. Drs. Asmuni, M.A., beserta jajarannya selaku Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
3. Bapak Dr.Anton Priyo Nugroho,S.E.,M.M selaku Ketua Jurusan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
4. Bapak Rheyza Virgiawan, L.c, M.E., selaku Ketua Program Studi Ekonomi Islam.

5. Bapak Rheyza Virgiawan, L.c, M.E., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah sabar memberikan arahan dan bimbingan dalam penulisan skripsi, sehingga penyusunan skripsi ini berjalan dengan lancar dan tercapai dengan baik.
6. Segenap Dosen serta staf Program Studi Ekonomi Islam yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat dan juga memberikan pelayanan kepada mahasiswa Program Studi Ekonomi Islam.
7. Kepada seluruh responden yang bersedia untuk mengisi kuesioner pada penelitian ini yakni para pelaku usaha kuliner di Kabupaten Sleman.
8. Teristimewa kepada cinta pertama sekaligus panutan bagi penulis bapak Dr.Abdurrifai,S.H.M.Kn dan pintu surgaku serta doa paling manjurku ibu Nurhayati, S.Pd. senantiasa memberikan doa, semangat, motivasi, dan materi selama masa kuliah penulis serta cinta dan kasih sayang yang tidak terhingga menjadi sumber semangat bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi.
9. Kepada kakak dan adik kandung yang penulis sayangi, Ahmad Faiq Rifqi, Aisyah Naifah Ufairah, dan Atifa Nailatul Izzah. Terimakasih telah menjadi saudara yang baik, penyayang dan menjadi motivasi bagi penulis, semoga kita senantiasa saling menjaga dan saling menyayangi selamanya.
10. Sahabat sekaligus saudara tak sedarah penulis Miftakhul Jannah, Ajeng Yulia Putri, Faizi Azmi, Abisarh Unus, Nabil Rifqi, Salsabila Disna, dan Alfaridzi Osman yang selalu membersamai penulis selama masa perkuliahan dan melewati hari-hari dikota rantauan ini.
11. Teman- teman Program Studi Ekonomi Islam Angkatan 2020 yang menjadi teman seperjuangan selama menempuh kuliah di FIAI UII.
12. Teman-teman KKN 176. Rana, Ofa, Bella, Yusril dan Adam. Terimakasih sudah membersamai penulis.
13. Terimakasih untuk diri sendiri, Siti Nur Aida Zahra yang masih bertahan dan terus berjuang sampai saat ini.

Dengan kerendahan hati, peneliti memohon kepada seluruh pihak atas segala kesalahan dan hal-hal yang kurang berkenan di hati, itu semata-mata kelalaian dan kekhilafan dari peneliti sendiri, peneliti menyadari bahwa skripsi yang disajikan ini jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, peneliti menerima kritik dan saran yang

bersifat membangun. Semoga skripsi ini dapat berguna dan menambah pengetahuan bagi para pembacanya.

Yogyakarta, 08 Juli 2024



Siti Nur Aida Zahra

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN ii
NOTA DINAS iii
REKOMENDASI PEMBIMBING iv
LEMBAR PENGESAHAN v
HALAMAN PERSEMBAHAN vi
MOTTO vii
ABSTRAK viii
ABSTRACT ix
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN x
KATA PENGANTAR xx
DAFTAR ISI xxiii
DAFTAR TABEL xxv
DAFTAR GAMBAR xxvi
BAB I PENDAHULUAN 1
A. Latar Belakang 1
B. Rumusan Masalah 6
C. Tujuan Penelitian 6
D. Manfaat Penelitian 7
E. Sistematika Penelitian 8
BAB II TINJAUN PUSTAKA 10
A. Telaah Pustaka 10
B. Landasan Teori 16
1. *Theory of Planned Behavior* 16
2. Religiusitas 20
3. Minat 22
4. Sertifikasi Halal 23
5. Usaha Mikro 27
C. Hipotesis 28
D. Kerangka Berpikir 30
BAB III METODE PENELITIAN 32

A. Desain Penelitian 32
B. Lokasi Penelitian 32
C. Waktu Pelaksanaan 32
D. Objek Penelitian 33
E. Populasi dan Sampel 33
F. Sumber Data 34
G. Teknik Pengumpulan Data 34
H. Teknik Analisis Data 35
I. Instrumen Penelitian 37
J. Teknik Analisis Data 38
BAB IV HASIL PENELITIAN 42
A. Hasil Penelitian 42
1. Deskripsi Objek Penelitian 42
2. Analisis Deskriptif 42
3. Analisa Hasil PLS 44
B. Pembahasan Hasil Penelitian 56
BAB V KESIMPULAN 63
A. Kesimpulan 63
B. Saran 64
DAFTAR PUSTAKA 65
LAMPIRAN 70

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Sertifikasi Halal Sebelum dan Sesudah UU JPH 25
Tabel 3. 1 Skala Likert 35
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel dan Indikator Penelitian 36
Tabel 4. 1 Karakteristik Jenis Kelamin Responden 42
Tabel 4. 2 Karakteristik Usia Responden 43
Tabel 4. 3 Karakteristik Pendidikan Terakhir Responden 44
Tabel 4. 5 Nilai *Outer Loading* 46
Tabel 4. 6 Nilai HTMT *(Heteroit-Monotrait Ratio)* 47
Tabel 4. 7 *Fornell-Larcker* 48
Tabel 4. 8 Nilai *AVE* 48
Tabel 4. 9 Nilai *Cross Loading* 49
Tabel 4. 10 Hasil Uji Reliabilitas 50
Tabel 4. 11 Nilai *R-Square* 52
Tabel 4. 12 Nilai F^2 *(Effect Size)* 52
Tabel 4. 13 Hasil Uji Hipotesis 54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Konstruk *outer model*..... 45
Gambar 4. 2 Model Hasil Uji Hipotesis..... 54

BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Berdasarkan laporan *The Royal Islamic Strategic Studies Centre* (RISSC) dalam (Cindy Mutia Annur, 2023) mencatat jumlah populasi muslim di Indonesia mencapai 240,62 juta jiwa pada tahun 2023. Jumlah ini setara dengan 86,7% dari populasi nasional yang totalnya 277,53 juta jiwa. Berdasarkan Undang-Undang Dasar 1945 pasal 29 ayat 2 yang menyatakan bahwa "Negara menjamin kemerdekaan tiap-tiap penduduk untuk memeluk agamanya masing-masing dan untuk beribadat menurut agamanya dan kepercayaan itu." Dengan adanya Undang-Undang Dasar tersebut, maka Indonesia merupakan negara yang memperhatikan jaminan beragama dan beribadah bagi seluruh penduduknya. Memilih produk halal menjadi sebuah kewajiban yang bernilai ibadah bagi umat islam. Menggunakan produk yang bersertifikat halal merupakan gaya hidup sekaligus kebutuhan penting bagi umat Islam dan memberikan peluang bagi Indonesia untuk menjadi produsen produk halal terbesar di dunia. Pemerintah bertanggung jawab atas hal ini dengan memberikan perlindungan dan jaminan produk halal bagi masyarakat muslim (Rosita et al., 2023)

Konsep sertifikasi halal semakin berkembang seiring dengan meningkatnya pengetahuan konsumen muslim tentang konsep dan prinsip ekonomi Islam. Dengan begitu, kesadaran mengenai konsep halal dan kesadaran akan pentingnya sertifikasi halal juga meningkat (Dawam & Iswandi, 2023). Seorang muslim diwajibkan untuk senantiasa memperhatikan makanan yang akan dikonsumsi baik dari proses produksi, jenis makanannya, hingga cara untuk mendapatkan makanan tersebut harus dapat dipastikan kehalalannya. Selain dari segi kehalalannya, makanan yang harus dikonsumsi oleh seorang muslim harus dipastikan baik yaitu tidak membahayakan kesehatannya. Hal tersebut telah dijelaskan dalam Qur'an surat Al-Baqarah Ayat 168 :

يٰٓاَيُّهَا النَّاسُ كُلُوْا مِمَّا فِى الْاَرْضِ حَلٰلًا طَيِّبًا ۖوَّلَا تَتَّبِعُوْا خُطُوٰتِ الشَّيْطٰنِ ۗاِنَّهٗ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِيْنٌ ١٦٨ (البقرة/2: 168

“Wahai manusia, makanlah sebagian (makanan) di bumi yang halal lagi baik dan janganlah mengikuti langkah-langkah setan. Sesungguhnya ia bagimu merupakan musuh yang nyata”. (Al-Baqarah/2:168)

Sertifikasi halal adalah suatu proses untuk memperoleh sertifikat halal melalui beberapa tahap untuk membuktikan bahwa bahan, proses produksi dan Sistem Jaminan Halal (SJH) memenuhi standar LPPOM MUI (Warto & Samsuri, 2020). Hal ini menjamin kehalalan dan mempengaruhi jumlah pembeli, sehingga konsumen akan percaya pada produk tersebut yang menjadikan peningkatan pada penjualan produk. Sebelum pemberlakuan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (UU JPH), pengajuan sertifikasi halal oleh produsen masih bersifat sukarela, namun pasca penetapan UU JPH pengajuan sertifikasi halal oleh produsen berubah menjadi bersifat wajib (Nurani et al., 2020). Ketentuan tentang kewajiban sertifikasi halal bagi semua produk tertuang dalam Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 Pasal 4 yang menyatakan bahwa “Produk yang masuk, beredar, dan diperdagangkan di wilayah Indonesia wajib bersertifikat halal.”

Halal telah menjadi bagian dari hidup umat muslim, halal memiliki aspek yang sangat luas seperti makanan, minuman, obat-obatan, kosmetik, bahkan fashion juga termasuk dalam aspek halal. Berdasarkan data aplikasi SiHalal yang diolah Kantor Staf Presiden (KSP), produk bersertifikat halal di Indonesia menunjukkan peningkatan selama empat tahun terakhir terhitung dari tahun 2020-2023, pada tahun 2020 produk yang bersertifikat halal hanya tercatat 59,40 ribu produk. Setahun kemudian naik menjadi 315,66 ribu produk. Pada tahun 2022 jumlah produk halal semakin meroket menjadi 704,98 ribu. Selanjutnya pada tahun 2023 data terakhir yang tercatat pada tanggal 20 september 2023, jumlah produk halal sudah mencapai 1,42 juta produk. Halal telah diterima sebagai standar kualitas yang diterapkan pada suplai dan proses produksi suatu produk. Dalam menjaga

standarisasi halal, baik suplier maupun produsen harus selalu mematuhi ketentuan mutu halal yang diberlakukan oleh Lembaga sertifikasi halal (Nurani et al., 2020).

Dari beberapa sektor halal unggulan yang dimiliki Indonesia, sektor makanan menempati urutan teratas. Potensi pasar produk makanan halal di Indonesia memberikan peluang untuk meningkatkan produksi produk makanan yang memenuhi standar halal. Menurut *Global Islamic Economy Report* 2020-2021 Indonesia menduduki peringkat ke-4 terbesar pada sektor makanan halal. Dimana posisi tersebut berhasil naik delapan peringkat dibandingkan sebelumnya. Tingkat konsumsi Indonesia terhadap produk makanan halal termasuk paling tinggi di dunia yaitu mencapai sekitar US$ 144 miliar (Rizaty, 2021).

UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) memiliki peran yang penting dalam perkembangan perekonomian negara. UMKM adalah kelompok usaha yang sumber dayanya berasal dari sektor pertanian, perkebunan, peternakan, dan perdagangan. UMKM merupakan kelompok usaha yang memiliki keunggulan dalam menarik tenaga kerja dalam jumlah yang besar,, sehingga dapat membantu perekonomian negara (Akim et al., 2019). Menurut BAPPEDA Provinsi Yogyakarta, yang tercatat pada aplikasi Jogja Dataku jumlah UMKM di Kota Yogyakarta sebanyak 39.807,00. Hal tersebut bisa terjadi karena Yogyakarta merupakan tempat dimana roda perekonomian berputar dengan cepat, didorong oleh tenaga dan kreativitas Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Selain itu, Kota Yogyakarta juga merupakan kota pariwisata yang ramai pengunjung. Menurut Kementerian Agama, (2022) jumlah penerbitan sertifikasi halal menurut skala usaha di provinsi DI Yogyakarta sebanyak 3.816 pada tahun 2022.

Menyediakan pangan halal dan aman merupakan bisnis yang memiliki peluang yang sangat besar, karena dengan adanya sertifikasi dan label halal dapat menarik pelanggan baik pelanggan muslim maupun non muslim. Begitupun sebaliknya, pelaku usaha yang belum menggunakan sertifikasi halal dan menyebarkan produknya di negara Indonesia yang mayoritas masyarakatnya beragama Islam akan mengurangi minat beli konsumen dan mengakibatkan kerugian bagi pelaku usaha itu sendiri. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi minat pelaku usaha

dalam menggunakan sertifikasi halal dalam usahanya, yaitu pada *Theory of Planned Behavior* menjelaskan tentang perilaku seseorang dapat berbentuk dengan dasar keyakinan serta penilaian untuk meningkatkan sikap berperilaku (*attitude toward behavior*), norma subjektif (*subjective norm)*, dan persepsi kontrol perilaku (*perceived behavior control)*. Faktor berikutnya adalah religiusitas

Menurut Shalihah et al., (2022). Sikap merupakan penilaian, perasaan, dan disposisi yang konsisten yang disukai atau tidak disukai seseorang tentang objek atau ide. Sikap perilaku berupa penilaian dengan tanggapan baik atau negatif terhadap sesuatu, sikap merupakan langkah awal untuk melakukan suatu perilaku karena sikap merupakan cikal bakal perilaku. Oleh karena itu, sikap sangatlah penting dalam mengidentifikasi kepentingan individu termasuk bagi para pelaku usaha mikro. Sikap awal seseorang akan mempengaruhi sesuatu, seperti pada minat pelaku usaha mikro dalam mengajukan sertifikasi halal untuk produknya.

Menurut Shalihah et al., (2022) norma subyektif merupakan persepsi atau pandangan seseorang terhadap keyakinan orang lain yang mempengaruhi minat untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku yang dipertimbangkan. Norma subyektif merupakan salah satu komponen penting dalam mengetahui apa kepentingan seseorang dengan melihat penilaian seseorang mengenai dapat atau tidaknya pendapat orang lain memotivasinya untuk melakukan suatu tindakan. Norma subjektif akan menjadi relevan ketika orang-orang di lingkungan sekitar individu secara tidak langsung membatasi perilaku tertentu individu, dimana ketika orang-orang yang dianggap penting oleh individu menganggap suatu perilaku adalah buruk maka individu tidak diperbolehkan untuk melakukannya dan begitu pula sebaliknya ketika orang-orang yang dianggap penting oleh individu menganggap suatu perilaku adalah baik maka individu diminta untuk melakukannya. Seperti contohnya, apabila pelaku usaha mendapatkan dukungan kuat dari orang-orang sekitar untuk mengajukan sertifikasi halal bagi produknya, maka hal tersebut akan mendorong minat usaha mikro dalam mengajukan sertifikasi halal untuk produknya.

Menurut Utama et al., (2022) kontrol perilaku adalah hal yang bisa berupa suatu kemudahan ataupun kesulitan terhadap perilaku yang dilakukan. Kontrol perilaku juga dapat diartikan suatu proposisi yang menghubungkan diri dengan tindakan yang akan datang. Kesan seseorang terhadap kemampuannya sendiri dalam melakukan suatu tindakan terkait dengan risiko yang akan dihadapinya ditunjukkan oleh persepsi kontrol perilakunya, yang merupakan faktor penting lainnya dalam menentukan kepentingannya. Dalam konteks pengajuan sertifikasi halal oleh pelaku usaha, ketika seorang pelaku usaha memiliki tingkat kontrol perilaku yang kuat, maka minat untuk mengajukan sertifikasi halal akan meningkat, dan kepercayaan terhadap proses pengajuan tersebut akan tumbuh tanpa adanya keraguan terhadap risiko yang mungkin dihadapi.

Seseorang yang memiliki religiusitas akan memiliki aqidah yang kuat, serta akan berperilaku sesuai dengan ajaran agama karena agama merupakan landasan penting dari budaya yang telah lama dikenal sebagai kekuatan sosial yang mempengaruhi nilai-nilai, kebiasaan, dan sikap masyarakat yang pada akhirnya dapat mempengaruhi perilaku konsumen. Jadi, produsen yang semakin religius seharusnya akan semakin memperhatikan kehalalan produknya dan mematuhi aturan sertifikasi halal yang telah ditetapkan dengan mendaftarkan produknya untuk mendapatkan sertifikasi halal dari pihak yang berwenang. Namun, seringkali ditemukan para pelaku usaha yang masih belum mendaftarkan produknya untuk mendapatkan sertifikasi halal karena mereka beranggapan bahwa hal tersebut tidak begitu penting karena dengan bahan yang mereka produksi sudah merasa aman dan halal.

Dengan adanya permasalahan yang peneliti uraikan dilatar belakang, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terhadap permasalahan tersebut untuk melihat Pengaruh Sikap (*attitude),* Norma Subjektif *(subjective norm),* Persepsi Kontrol Perilaku *(Perceived Behavior Control*) dan Religiusitas Terhadap Minat Pelaku Usaha Mikro Dalam Mengajukan Sertifikat Halal.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar Belakang yang sudah dikemukakan sebelumnya, maka rumusan masalah yang akan dibahas adalah :

1. Apakah sikap (*attitude*) Berpengaruh Terhadap Minat Pelaku Usaha Mikro Dalam Mengajukan Sertifikasi Halal?
2. Apakah Norma subjektif (*subjective norm)* Berpengaruh Terhadap Minat Pelaku Usaha Mikro Dalam Mengajukan Sertifikasi Halal?
3. Apakah Persepsi Kontrol Perilaku (*Perceived Behavior Control*) Berpengaruh Terhadap Minat Pelaku Usaha Mikro Dalam Mengajukan Sertifikasi Halal?
4. Apakah Religiusitas Berpengaruh Terhadap Minat Pelaku Usaha Mikro Dalam Mengajukan Sertifikasi Halal?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk Menganalisis Pengaruh Sikap (*Attitude*) Terhadap Minat Pelaku Usaha Mikro Dalam Mengajukan Sertifikasi Halal?
2. Untuk Menganalisis Pengaruh Norma Subjektif (*Subjective Norm)* Terhadap Minat Pelaku Usaha Mikro Dalam Mengajukan Sertifikasi Halal?
3. Untuk Menganalisis Pengaruh Persepsi Kontrol Perilaku (*Perceived Behavior Control*) Terhadap Minat Pelaku Usaha Mikro Dalam Mengajukan Sertifikasi Halal.
4. Untuk Menganalisis Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Pelaku Usaha Mikro Dalam Mengajukan Sertifikasi Halal.

D. Manfaat Penelitian

Adapun penelitian ini diharapkan memberi manfaat dan kegunaan bagi :

1. Manfaat Teoritis

   Adapun penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat berupa manfaat akademis yang mana diharapkan dari penelitian ini didapatkan wawasan dan dapat dijadikan sumber ilmu serta referensi untuk kepentingan penelitian ataupun pembelajaran.

2. Manfaat Praktis
   a. Dengan adanya penelitian ini mampu mengembangkan kemampuan, kreativitas, dan menambah wawasan bagi penulis dalam bidang ilmu yang ditekuni.
   b. Bagi Pelaku Usaha Mikro, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai informasi dorongan bagi Pelaku Usaha Mikro untuk melakukan sertifikasi halal bagi produknya.
   c. Bagi pembaca, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk dijadikan acuan dalam pengambilan keputusan terhadap konsumsi dan *lifestyle* saat ini.

E. Sistematika Penelitian

Peneliti menyusun penulisan sistematika ini supaya mempermudah pembaca maupun peneliti sendiri dalam menyusun hasil penelitian yang diperoleh. Terdapat lima bab pada sistematika penulisan penelitian ini. Setiap bab mempunyai sub-bab, setiap sub-bab merupakan bagian dari bab yang menjelaskan lebih spesifik terkait beberapa hal yang ada dalam bab. Berikut merupakan sistematika penulisan pada penelitian ini secara garis besar:

Bab I Pendahuluan

Bab ini berisi mengenai latar belakang penelitian serta rumusan masalah yang terbentuk dari latar belakang. Kemudian, pada bab ini akan dipaparkan terkait tujuan dan manfaat penelitian. Maka dari itu, dalam penulisan penelitian bab ini yang nantinya menjadi acuan penelitian dari awal hingga akhir penelitian.

Bab 2 Telaah Pustaka dan Landasan Teori

Bab ini berisi telaah pustaka yang berasal dari jurnal ilmiah baik nasional maupun internasional serta landasan teori sebagai rujukan di setiap kegiatan pada penelitian ini.

Bab 3 Metode Penelitian

Bab ini berisi mengenai metode penelitian yang merupakan metode yang digunakan pada penelitian ini kemudian diuraikan serta dijabarkan. Pembahasan mengenai metode tersebut terdapat desain dan instrumen penelitian, objek penelitian, sumber data, Teknik pengumpulan data serta teknik analisis data yang digunakan pada setiap penelitian.

Bab 4 Analisis Data dan Pembahasan

Bab ini merupakan pokok dan inti dari hasil penelitian, karena didalamnya berisi tentang hasil analisis data yang sudah diperoleh selama penelitian berlangsung. Pada bab ini peneliti akan menjawab beberapa

masalah yang telah dirumuskan pada bab pertama di bagian perumusan masalah.

Bab 5 Kesimpulan dan Saran

Bab ini merupakan bagian penutup dan akhir dari penulisan yang telah dilakukan peneliti yang berisi tentang kesimpulan serta saran dari hasil penelitian yang telah dilakukan.

BAB II

TINJAUN PUSTAKA

A. Telaah Pustaka

Dalam penyusunan skripsi ini penulis melakukan telaah pustaka yang bertujuan untuk mencari literatur yang berhubungan dengan peneliti lakukan. Kajian pustaka merupakan proses umum yang dilalui untuk mendapatkan teori-teori terdahulu serta mencari kepustakaan yang terkait dengan tugas yang akan dilaksanakan, kemudian menyusun secara teratur dan rapi untuk digunakan dalam kepentingan penelitian.

Berikut adalah penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti:

Pertama, penelitian yang dilakukan Shalihah et al., (2022) dengan judul "Pendekatan Teori Perilaku Terencana dalam Melaksanakan Sertifikasi Halal Bagi Pelaku UMKM Bidang Makanan Halal di Kabupaten Bangkalan". Mengetahui pendapat peserta UMKM mengenai sertifikasi halal menjadi tujuan penelitian ini. Sifat deskriptif kualitatif penelitian ini dicapai dengan menggunakan analisis fenomenologis. Guna mengumpulkan data penelitian ini, teknik observasi dan wawancara diterapkan pada UMKM di Kabupaten Bangkalan Madura. Berdasarkan temuan penelitian, tiga elemen teori perilaku terencana yakni sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan diketahui berdampak pada keputusan pelaku UMKM untuk melakukan sertifikasi halal. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan peneliti sekarang, terletak pada lokasi penelitian dan metode penelitian. Penelitian terdahulu menggunakan metode kualitatif sedangkan penelitian yang akan dilakukan peneliti menggunakan metode kuantitatif. Penelitian terdahulu berlokasi di kabupaten bangkalan sedangkan penelitian yang akan dilakukan peneliti sekarang berlokasi di DI Yogyakarta.

Kedua, penelitian yang dilakukan Maullah et al., (2021) dengan judul "Mengukur Minat Berwirausaha dengan Pendekatan Theory of Planned Behavior dan Religiusitas." Mengkaji pengaruh sikap perilaku,

norma subjektif, kontrol perilaku yang dirasakan, dan religiusitas terhadap minat berwirausaha menjadi tujuan penelitian ini. Dalam penelitian ini diperoleh 271 sampel melalui penyebaran kuesioner, dan analisis data menggunakan regresi linier berganda. Temuan penelitian ini sebagian besar menunjukkan bahwa meskipun standar subjektif, kontrol perilaku yang dirasakan, dan religiusitas semuanya berdampak pada keinginan berwirausaha, namun sikap perilaku tidak. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan peneliti terletak pada objek penelitian. Penelitian terdahulu meneliti minat berwirausaha sedangkan penelitian yang akan dilakukan peneliti adalah minat umkm dalam mengajukan sertifikasi halal.

Ketiga, penelitian yang dilakukan Oemar et al., (2022) dengan judul "*Awareness and Intention to Register Halal Certification of Micro and Small-scale Food Enterprise*." Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengukur kesadaran UMK di industri produksi makanan terhadap isu halal dan keinginan mereka untuk mengajukan sertifikasi halal. Kuesioner digunakan dalam hal ini Pengumpulan data penelitian, dan pemodelan persamaan struktural parsial terkecil (PLS-SEM) akan digunakan untuk mengolah data. Temuan penelitian menunjukkan bahwa pendapat tentang manfaat halal dan pemahamannya juga berdampak pada kesadaran halal bahwa sikap terhadap pembuatan pangan halal dan pendapat terhadap proses sertifikasi tidak dipengaruhi secara signifikan oleh kesadaran halal, namun hal ini mempunyai dampak yang menguntungkan terhadap niat untuk memperoleh sertifikat halal. Hal ini menunjukkan bahwa pemahaman yang lebih baik tentang pangan halal akan meningkatkan keinginan untuk memperoleh sertifikat halal yang harus didaftarkan terlebih dahulu. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan peneliti terletak pada variabel independennya.

Keempat, penelitian yang dilakukan Lubis et al., (2023) dengan judul "Faktor-faktor yang mempengaruhi minat pelaku usaha kuliner dalam menggunakan sertifikasi halal." Tujuan dari penelitian ini adalah untuk

mengetahui pengaruh unsur pengetahuan, pengeluaran, kesadaran, dan kepercayaan terhadap keinginan pengusaha kuliner restoran Kota Medan untuk menggunakan sertifikasi halal. 78 orang berpartisipasi dalam proses pengumpulan data penelitian. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan SPSS sebagai alat analisisnya. Berdasarkan temuan penelitian, pemahaman faktor, biaya, kesadaran, dan keyakinan menyumbang 91,7% dari total, sedangkan variabel lain yang tidak tercakup dalam penelitian menjelaskan sisanya sebesar 8,3%. Variabel pengetahuan, keterjangkauan, kesadaran, dan kepercayaan diri berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat kuliner restoran berdasarkan hasil uji t, pemilik usaha di Medan menerapkan sertifikasi halal. Hasil uji ANOVA menunjukkan Fhitung sebesar 212.739 lebih tinggi dibandingkan Ftabel (3,12). Hal ini menghasilkan kesimpulan bahwa pengetahuan, biaya, kesadaran, dan kepercayaan diri semuanya berdampak pada keinginan pengusaha kuliner restoran Kota Medan dalam memanfaatkan sertifikasi halal. Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan peneliti yakni sama-sama meneliti tentang minat.

Kelima, penelitian yang dilakukan Nuraliyah et al., (2023) dengan judul "Keputusan sertifikasi halal oleh UMKM di Bangkalan." Dengan menggunakan teknik regresi linier berganda melalui variabel agama, pengetahuan, pemahaman, dan biaya sertifikasi, penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi proses produksi UMKM di Bangkalan mendapatkan sertifikasi halal dari Badan Penjaminan Produk Halal (BPJPH). 55 produsen UMKM diberikan kuesioner sebagai bagian dari proses pengumpulan data untuk penelitian ini. Dalam penyelidikan ini, R-Square adalah 51,2%. Berdasarkan temuan penelitian, nilai signifikansi variabel religiusitas sebesar 0,370 lebih besar dari 0,05, yang menunjukkan bahwa variabel tersebut tidak memiliki pengaruh nyata terhadap keputusan produsen UMKM di Bangkalan untuk mensertifikasi produk halalnya. Nilai signifikansi variabel pengetahuan sebesar 0,004 lebih kecil dari 0,05 yang menunjukkan bahwa keputusan produsen mengenai sertifikasi halal

dipengaruhi oleh variabel pengetahuan. Variabel pemahaman tentang produk halal mempunyai nilai signifikansi sebesar 0,023 lebih kecil dari 0,05 yang berarti berpengaruh terhadap keputusan sertifikasi halal suatu produk. Variabel biaya mempunyai nilai signifikansi sebesar 0,004 kurang dari 0,05 menunjukkan bahwa berpengaruh terhadap keputusan produsen UMKM di Bangkalan mengenai sertifikasi halal. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan peneliti terletak pada variabel indepennya.

Keenam, penelitian yang dilakukan Dawam et al., (2023) dengan judul "*Analysis of the factors that influence the perceptions of culinary business owners regarding intention to register for halal certificates*." Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi pemilik usaha kuliner mengenai niatnya untuk mendaftar sertifikat halal. Dengan menggunakan metode *partial least square*, 200 sampel produsen kuliner di Bogor diteliti. Hasil dari penelitian ini adalah variabel kepercayaan berpengaruh positif terhadap niat produsen produk kuliner di Bogor untuk menerapkan sertifikasi halal. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan peneliti terletak pada lokasi penelitian. Penelitian terdahulu berlokasi di bogor sedangkan penelitian yang akan dilakukan peneliti berlokasi di DI Yogyakarta.

Ketujuh, penelitian yang dilakukan Fatmawati, (2023) dengan judul "Analisis religiusitas, kesadaran halal, literasi halal, dan niat berperilaku dalam memprediksi pelaku UMKM melakukan sertifikasi halal di Kabupaten Bangkalan." Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah UMKM yang menerapkan sertifikasi halal dapat diprediksi oleh faktor-faktor seperti agama, kesadaran halal, literasi halal, dan tujuan perilaku. Penelitian ini menggunakan metodologi deskriptif kuantitatif, dengan menggunakan teknik purposive sampling untuk menyebarkan kuesioner kepada sampel sebanyak 100 orang. Berdasarkan temuan penelitian, religiusitas mempunyai pengaruh positif namun tidak signifikan secara statistik terhadap kemampuan UMKM dalam

melaksanakan sertifikasi halal, dengan nilai t-statistik sebesar 0,317, kurang dari 1,96, dan p-value sebesar 0,752, lebih besar dari 0,05. Variabel kesadaran halal mempunyai korelasi positif dengan nilai t-statistik sebesar 0,557 kurang dari 1,96 dan nilai signifikansi sebesar 0,578 lebih besar dari 0,05. Namun tidak berdampak besar terhadap kemampuan UMKM dalam melakukan sertifikasi halal. Variabel literasi halal berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap UMKM yang melakukan sertifikasi halal, ditunjukkan dengan nilai t-statistik sebesar 1,103 lebih besar dari 1,96 dan nilai signifikansi sebesar 0,578 lebih besar dari 0,05. Terdapat hubungan antara niat perilaku sertifikasi halal terhadap pelaku UMKM dalam melaksanakan sertifikasi halal, hal ini ditunjukkan dengan nilai t-statistik penelitian sebesar 3,511 untuk variabel niat perilaku dan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan peneliti terletak pada variabel independennya.

Kedelapan, penelitian yang dilakukan Silalahi et al., (2022) dengan judul " *Factors affecting intention to adopt halal practices*." Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dampak permintaan pelanggan, dukungan pemerintah, praktik halal, peningkatan ekspektasi pendapatan, dan intensitas persaingan terhadap keinginan usaha kecil dan menengah untuk menerapkan praktik halal di Indonesia. Teknik penelitian kuantitatif ini dilakukan dengan mewawancarai 228 pemilik UKM secara langsung dan melalui media elektronik. Temuan penelitian menunjukkan bahwa niat untuk melakukan perilaku halal dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh variabel agama, dukungan pemerintah, dan ekspektasi pendapatan yang lebih tinggi. Selain itu, variabel kekuatan persaingan dan permintaan pelanggan tidak berpengaruh signifikan terhadap niat mengadopsi praktik halal. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan peneliti terletak pada variabel independennya.

Kesembilan, penelitian yang dilakukan Sari et al., (2021) dengan judul " Pengaruh Kesadaran Halal Usaha Mikro, Kecil dan Menengah

(UMKM) di Pamijahan dan Cibungbulang Kabupaten Bogor Terhadap Motivasi Sertifikasi Halal." Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji bagaimana kesadaran usaha mikro, kecil, dan menengah terhadap isu halal mempengaruhi insentif mereka untuk memperoleh sertifikasi halal. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jumlah sampel 80 responden dan skala likert. Temuan penelitian menunjukkan bahwa UMKM di Pamijahan dan Cibungbulang Kabupaten Bogor memiliki tingkat pengetahuan halal yang relatif tinggi, dengan perkiraan keseluruhan 61% atau 50 dari 80 responden mengetahui atau sadar akan halal. Berpengaruh positif, dengan koefisien determinan (R2) sebesar 57%, artinya UMKM semakin terpacu untuk memperoleh sertifikasi halal jika semakin banyak mengetahui isu halal. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan peneliti terletak pada lokasi penelitian. Penelitian terdahulu berlokasi di bogor sedangkan penelitian yang akan dilakukan peneliti berlokasi di DI Yogyakarta.

Kesepuluh, penelitian yang dilakukan Harbit et al., (2022) dengan judul "Faktor-faktor yang mempengaruhi minat pelaku usaha untuk mengajukan sertifikasi halal produk UMKM di Kota Balikpapan." Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi variabel-variabel kunci yang paling kuat mempengaruhi keinginan pelaku usaha untuk mengajukan permohonan sertifikasi halal pada barangnya. Penelitian ini menggunakan metodologi komparatif dengan pendekatan kuantitatif. Sampel penelitian berjumlah seratus responden UMKM di Kota Balikpapan. Analisis faktor, analisis mean, uji validitas, dan uji reliabilitas merupakan teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini. Uji KMO (Kaiser Eyer Olkin), Bartlett's Test of Sphericity, dan MSA (Measure of Sampling Adequacy) harus digunakan dalam uji statistik untuk memastikan layak atau tidaknya suatu variabel untuk diolah lebih lanjut dengan menggunakan prosedur analisis faktor. Nilai KMO keseluruhan untuk penyelidikan ini adalah 0,915. nilai tersebut berada diatas 0,5 dengan tingkat signifikansi 0,000 yang berarti nilai signifikansi berada dibawah 0,05. Hal

ini menunjukkan bahwa diperlukan lebih banyak penelitian tentang variabel tersebut. Berdasarkan temuan penelitian, keyakinan menjadi faktor utama yang mempengaruhi keinginan pelaku usaha untuk mengajukan sertifikasi halal barang UMK; variabel lain berdampak pada faktor lainnya. Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan peneliti terletak pada variabel independennya.

B. Landasan Teori

1. *Theory of Planned Behavior*

Menurut Ajzen, (1991), Menurut pengertian perilaku terencana, seorang individu hanya dapat berperilaku bila ia mempunyai kendali atas perilakunya, yang ditentukan oleh tujuan atau maksud tertentu. Ide tindakan yang beralasan, atau teori perilaku yang direncanakan (*theory of planned behavior),* pertama kali dikemukakan oleh Fishbein dan Ajzen pada tahun 1975 dan merupakan pengembangan dari *theory of reasoned* tersebut. TRA adalah teori tindakan beralasan yang didasarkan pada gagasan bahwa respons dan interpretasi individu terhadap suatu situasi akan membentuk sikap dan tindakan mereka. Pengertian perilaku terencana kemudian dikembangkan lebih lanjut oleh Icek Ajzen pada tahun 1991. Dalam *theory of planned behavior* disebutkan bahwa faktor yang dapat mempengaruhi seseorang saat melakukan suatu tindakan tertentu melibatkan sikap berperilaku (*attitude toward the behavior*), norma subjektif *(subjective norm),* dan persepsi kontrol perilaku (*perceived behavioral control*).

1) Menurut Ajzen, (1991) sikap (*attitude)* merupakan perspektif atau pendapat seseorang tentang hasil yang diharapkan dari suatu tindakan. Perspektif ini mewakili harapan atau perkiraan seseorang mengenai hasil dari melakukan tindakan tertentu. Selain itu, pola pikir seseorang terhadap suatu perilaku tertentu mencerminkan persepsi dirinya selama melakukan perilaku tersebut. Hal ini menyiratkan bahwa orang membentuk pandangan mereka tergantung pada bagaimana mereka melihat diri mereka sendiri berperilaku dan apa yang bisa terjadi jika mereka melakukan hal-hal tersebut. Selain itu,

sikap dapat dipahami sebagai penilaian atau penilaian mereka terhadap suatu perbuatan. Penilaian ini berasal dari prasangka, prinsip moral, dan peristiwa kehidupan yang membentuk perspektif dan reaksi individu terhadap suatu tindakan. Sikap seseorang terhadap suatu tindakan dipengaruhi oleh pendapat kuat yang dimilikinya mengenai tindakan tersebut atau cara pandangnya (Sakdiyah et al., 2019). Terdapat tiga komponen dalam sikap, yaitu :

1. Kognitif (kepercayaan), dalam hal ini komponen kognitif meliputi aspek kepercayaan pelanggan terhadap suatu produk atau barang. Di sini, pandangan konsumen terhadap komoditas yang akan dikonsumsi didasarkan pada kerangka kognitifnya, yang tercermin dari sejauh mana mereka yakin atau yakin terhadap ciri-ciri tertentu yang berkaitan dengan produk tersebut.
2. Afektif (perasaan), Dalam konteks ini, reaksi emosional atau sentimen individu terhadap suatu objek dianggap sebagai unsur afektif. Hal ini mengandung arti bahwa reaksi emosional individu terhadap suatu situasi atau objek mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap cara mereka mempersepsikannya dan bagaimana mereka merumuskan sikapnya. Komponen afektif mencakup serangkaian respons emosional yang dialami orang ketika berinteraksi atau memikirkan suatu objek atau peristiwa, termasuk suka dan tidak suka, kegembiraan, kecemasan, atau kekecewaan. Dengan kata lain, komponen afektif berkenaan dengan respons emosional dan hubungan individu terhadap suatu objek atau keadaan tertentu, yang selanjutnya membentuk sikap umum mereka terhadap objek atau keadaan tersebut. Bersifat subyektif, reaksi emosional ini mungkin berbeda secara signifikan pada setiap orang berdasarkan pengalaman, nilai, dan situasi yang mereka hadapi. Oleh karena itu, komponen emosi sangatlah penting tindakan membentuk sikap, karena mencakup aspek emosi dan sentimen yang intens mengenai hal atau keadaan yang dimaksud.
3. Perilaku (daya tanggap), Dalam pengertian ini, unsur perilaku mengacu pada kecenderungan seseorang untuk bertindak dengan cara tertentu sebagai

respons terhadap suatu objek atau aktivitas. Hal ini menyiratkan bahwa perilaku individu dibentuk oleh cara mereka biasanya bertindak atau merespons terhadap hal atau aktivitas tersebut. Faktor perilaku ini menunjukkan kemungkinan seseorang akan bereaksi dengan cara tertentu sebagai reaksi terhadap suatu keadaan atau objek. Misalnya, seseorang mungkin menunjukkan kecenderungan untuk membeli produk tertentu karena mereka mempunyai pendapat yang baik tentang produk tersebut, yang memotivasi mereka untuk melakukan pembelian. Dalam hal ini, komponen perilaku mencakup tindakan faktual yang dilakukan sebagai reaksi terhadap objek atau aktivitas selain niat atau rencana untuk bertindak. Akibatnya, komponen perilaku menawarkan ringkasan untuk mengukur sejauh mana orang cenderung dan siap berperilaku dengan cara yang konsisten dengan sikap dan pandangan mereka terhadap suatu hal atau aktivitas tertentu (Nainggolan, 2022)

2) Norma Subjektif (*Subjective Norm*), Keinginan seseorang untuk terlibat dalam suatu aktivitas atau menahan diri untuk tidak melakukan aktivitas dapat dipengaruhi oleh cara mereka memandang atau mengevaluasi keyakinan orang lain. Dalam hal ini, norma subjektif mewakili bagaimana seseorang menafsirkan standar sosial yang mereka hadapi di lingkungannya. Hal ini menunjukkan bahwa ketika menentukan apakah akan berperilaku, seseorang mempertimbangkan ekspektasi individu penting lainnya dalam hidupnya, seperti keluarga, teman, atau rekan kerja. Selain itu, insentif internal individu untuk menjunjung tinggi dan menyetujui harapan-harapan ini merupakan aspek lain dari norma subjektif. Gabungan antara motivasi internal untuk berperilaku sesuai dengan harapan masyarakat dan tekanan sosial eksternal juga merupakan norma subjektif. Hal ini menjelaskan bagaimana keputusan dan tindakan individu dapat dipengaruhi dalam berbagai situasi oleh lingkungan sosial dan keinginan untuk memenangkan penerimaan atau dukungan orang lain. Menurut Ijek Ajzen, (1991) Norma subjektif memiliki dua komponen, sebagai berikut :

1. *Normative beliefs* (keyakinan normal), Keyakinan tentang apa yang orang lain pikirkan tentang diri sendiri disebut sebagai norma subjektif, dan norma tersebut dapat digunakan sebagai panduan untuk membantu membentuk perilaku. Norma subyektif dalam konteks ini mengacu pada persepsi masyarakat mengenai apa yang diharapkan dari mereka oleh orang-orang di lingkungan sosial terdekatnya, seperti teman, keluarga, atau rekan kerja, dan bagaimana opini, penilaian, dan kepribadian orang-orang tersebut dapat mempengaruhi pilihan dan perilaku mereka. orang. Misalnya, seseorang mungkin merasa tertekan untuk berperilaku tertentu karena mereka menganggap orang terdekatnya mempunyai standar atau ekspektasi yang harus mereka penuhi. Dengan kata lain, norma subjektif mengacu pada persepsi individu tentang bagaimana tindakan mereka dapat dipengaruhi dan dimotivasi oleh ekspektasi sosial, opini, dan penilaian dari individu yang signifikan. Hal ini menyiratkan bahwa perilaku masyarakat seringkali dipengaruhi oleh keinginan mereka untuk menyesuaikan diri dengan norma-norma sosial dan mendapatkan rasa hormat dari orang-orang yang berarti bagi mereka.
2. *Motivation to comply* (motivasi untuk memenuhi), mengacu pada dorongan individu untuk memenuhi harapan yang ada. Norma subyektif dapat dipahami sebagai interaksi dinamis antara dorongan yang dirasakan oleh individu dari orang-orang sekitarnya dan motivasi untuk mengikuti pandangan atau pendapat mereka (*motivation to follow*), yang kemudian dapat mempengaruhi keputusan individu untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku (Nainggolan, 2022)

3) persepsi kontrol perilaku (*perceived behavioral control*), menurut Ajzen, (1991) Penilaian individu tentang seberapa sederhana atau kompleks suatu tindakan atau perilaku yang harus dilakukan dikenal sebagai kontrol perilaku yang dirasakan. Aspek ini berkaitan dengan penilaian individu terhadap kapasitas mereka untuk melaksanakan atau tidak melaksanakan suatu perilaku, dengan mempertimbangkan berbagai variabel yang dapat

mempengaruhi pelaksanaan tindakan tersebut. Kesan kontrol perilaku ini memerlukan pemikiran kembali pada pengalaman sebelumnya serta kemampuan untuk meramalkan dan mengatasi hambatan tertentu yang mungkin muncul saat terlibat dalam aktivitas atau perilaku. Dengan kata lain, kontrol perilaku yang dirasakan memungkinkan orang untuk memperkirakan tingkat kemudahan atau kesulitan yang mereka antisipasi ketika terlibat dalam suatu perilaku, tergantung pada bagaimana mereka menilai elemen internal dan eksternal yang dapat mempengaruhi hasil dari perilaku tersebut. Hal ini menyiratkan bahwa niat dan pilihan seseorang untuk terlibat dalam suatu perilaku dapat sangat dipengaruhi oleh persepsi mereka mengenai kapasitas mereka untuk mengatasi kesulitan dan hambatan. Misalnya, seseorang mungkin akan lebih termotivasi untuk terlibat dalam suatu perilaku jika mereka yakin bahwa mereka memiliki semua alat dan dukungan yang mereka perlukan untuk melakukannya dibandingkan jika mereka yakin bahwa mereka mempunyai banyak tantangan di depan mereka. Menurut Nainggolan, (2022), ada dua faktor yang menentukan persepsi tentang kontrol perilaku, yaitu keyakinan akan kemampuan untuk mengontrol dan persepsi tentang kekuasaan. Kontrol perilaku dibentuk oleh :

1. *controlling belief,* yaitu keyakinan seseorang terkait dengan ada atau tidak ada faktor pendukung atau penghambat dalam memicu suatu perilaku. Hal tersebut, dapat diperoleh melalui observasi, pengetahuan pribadi, dan pengalaman orang lain yang dikenal oleh individu.
2. *Perceived power,* adalah gambaran dari pandangan seseorang terhadap kemampuannya untuk mengadopsi suatu perilaku, yang dipengaruhi oleh penilaian mereka terhadap tingkat kesulitan, risiko, dan tantangan yang terkait dengan perilaku tersebut.

2. Religiusitas

Ketika seseorang beragama, berarti ia memiliki ketaqwaan yang kuat kepada Allah dan keyakinan inti bahwa hanya Allah sajalah Tuhan yang sejati. Religiusitas mencakup lebih dari sekedar gagasan spiritual;

hal ini juga berfungsi sebagai motivasi utama yang dapat mempengaruhi bagaimana produsen dan konsumen berperilaku dalam beberapa bidang kehidupan mereka. Tindakan internalisasi konsep-konsep keagamaan yang meliputi penyerapan dan pemahaman ajaran agama baik secara lisan maupun internal sering dikaitkan dengan istilah religiusitas. Karena internalisasinya, orang memasukkan ajaran agama ke dalam sisi terdalam kepribadiannya selain mendengarkan atau mengungkapkannya. Dengan kata lain, religiusitas mencakup penerimaan yang tulus terhadap ajaran agama dan penerapannya dalam tindakan dan perilaku sehari-hari, sehingga berdampak pada cara mereka berinteraksi dengan dunia luar. Dalam pengertian ini, agama berfungsi sebagai kompas moral dan etika yang membentuk sikap dan perilaku masyarakat dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini juga dapat berdampak pada berbagai karakteristik perilaku, seperti cara orang memilih konsumsi dan menentukan minat serta membuat keputusan

Religiusitas adalah tentang menghargai unsur-unsur keagamaan yang telah diinternalisasikan dalam hati seseorang, sedangkan agama merujuk pada aspek formal yang berkaitan dengan hukum dan kewajiban. Tingkat religiusitas dapat diidentifikasi dalam berbagai aspek kehidupan sehari-hari. Keterlibatan dalam aktivitas keagamaan tidak hanya terbatas pada pelaksanaan ibadah sehari-hari saja, melainkan dapat terjadi saat menjalankan berbagai tugas yang didorong oleh motivasi spiritual (Najtama, 2018).

Religiusitas merupakan tingkat keterikatan seseorang pada keyakinan agamanya. Jika seseorang memperdalam pemahamannya terhadap ajaran agama, maka pengaruh dari keyakinan tersebut akan mencakup seluruh aspek kehidupannya, mempengaruhi berbagai kegiatan yang dilakukannya sehari-hari sesuai dengan ajaran agama yang dianutnya (Maullah & Rofiuddin, 2021). Dalam konteks aktivitas bisnis, agama dapat memastikan bahwa perilaku yang ditunjukkan oleh

individu dalam menjalankan bisnisnya melibatkan penerapan prinsip-prinsip etika, kejujuran, dan kepercayaan dalam berbisnis.

Tingkat religiusitas dalam konteks bisnis dapat memiliki dampak yang signifikan terhadap praktik dan peraturan yang dipilih oleh pelaku usaha untuk diterapkan, maka penting untuk mempertimbangkan dampak religiusitas terhadap kecenderungan pelaku usaha untuk mendaftar sertifikasi halal. Religiusitas yang kuat dapat memotivasi para pelaku usaha untuk mengutamakan ketaatan pada keyakinan agama dengan memberikan pemikiran yang lebih serius terhadap sertifikasi halal sehingga menjadikannya sebagai faktor utama dalam pengambilan keputusan mereka. Dalam hal ini, religiusitas berfungsi sebagai kekuatan pendorong di balik keputusan bisnis dan juga sebagai motivator pribadi. Hal ini juga mempengaruhi cara pelaku usaha menilai dan menerapkan praktik bisnis yang sejalan dengan prinsip agama, yang mungkin berdampak pada keputusan mereka untuk mengejar sertifikasi halal. Dengan kata lain, tingkat religiusitas seorang pelaku usaha dapat menjadi faktor penentu kecenderungan pelaku usaha untuk mematuhi hukum agama dan melakukan kegiatan usaha yang sejalan dengan prinsip agama, seperti memilih sertifikasi halal sebagai salah satu komponen rencana usahanya secara keseluruhan.

3. Minat

Minat merupakan suatu jenis keinginan yang memotivasi seseorang untuk memusatkan waktu dan tenaganya pada bidang tertentu. Ini lebih dari sekedar kepentingan melainkan dorongan yang mencakup seluruh aspek identitas seseorang, termasuk atribut mental, emosional, dan fisiknya, yang semuanya mempengaruhi cara mereka memusatkan dan membentuk perhatiannya. Hal-hal yang didorong oleh minat, seperti hiburan atau minat tertentu, dapat menginspirasi orang untuk berupaya mencapai tujuan mereka. Kepentingan individu dapat didefinisikan sebagai cita-cita atau tujuan mendalam yang membentuk keputusan dan perilaku mereka sepanjang hidup. Dengan kata lain,

minat seseorang tidak hanya mengungkapkan apa yang mereka inginkan tetapi juga apa yang ingin mereka capai dan seberapa besar usaha yang ingin mereka lakukan untuk mencapainya. Minat ini memainkan peran penting dalam memotivasi orang untuk melakukan aktivitas yang menyenangkan dan mencapai tujuan pribadi dalam berbagai bidang kehidupan (Syafrida et al., 2022)

Al-Qur'an menggambarkan keinginan, kesukaan, minat, , cita-cita, dan Hasrat manusia dalam kehidupan di dunia supaya tercapai tujuan manusia tersebut yang dituntut untuk bekerja keras dan berjuang. Minat adalah proses penting yang mengarah pada keputusan dan perubahan individu, seperti yang terdapat dalam QS. Ar-Rad ayat 11 :

لَهٗ مُعَقِّبٰتٌ مِّنْۢ بَيْنِ يَدَيْهِ وَمِنْ خَلْفِهٖ يَحْفَظُوْنَهٗ مِنْ اَمْرِ اللّٰهِ ۗاِنَّ اللّٰهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتّٰى

يُغَيِّرُوْا مَا بِاَنْفُسِهِمْ ۗوَاِذَآ اَرَادَ اللّٰهُ بِقَوْمٍ سُوْۤءًا فَلَا مَرَدَّ لَهٗ ۚوَمَا لَهُمْ مِّنْ دُوْنِهٖ مِنْ وَّالٍ ١١

Terjemahan Kemenag 2019

"Baginya (manusia) ada (malaikat-malaikat) yang menyertainya secara bergiliran dari depan dan belakangnya yang menjaganya atas perintah Allah. Sesungguhnya Allah tidak mengubah keadaan suatu kaum hingga mereka mengubah apa yang ada pada diri mereka. Apabila Allah menghendaki keburukan terhadap suatu kaum, tidak ada yang dapat menolaknya, dan sekali-kali tidak ada pelindung bagi mereka selain Dia."(Ar-Ra'd/13:11)

4. Sertifikasi Halal

a. Konsep Halal

Umat Islam selalu diperintahkan untuk memilih makanan dan minuman yang jelas kehalalannya, atau mematuhi prinsip syariat Islam. Halal dalam bahasa Arab yang berasal dari istilah *halla yahillu* dan *hilla wahalalan* yang artinya melepaskan atau membolehkan. Menurut Yusuf al-Qardhawi, definisi halal adalah

menghilangkan segala larangan yang ada, dan jika dilakukan tidak mengakibatkan hukuman atau kerugian. Dengan kata lain, halal dalam konteks penelitian ini mengacu pada segala sesuatu yang diperbolehkan oleh hukum Islam dan, jika diikuti, tidak menimbulkan dampak buruk atau pelanggaran. Artinya, makanan dan minuman yang memenuhi standar yang ditetapkan oleh hukum Islam dan jika dikonsumsi tidak menimbulkan dampak merugikan bagi manusia atau masyarakat dianggap halal. Gagasan tentang halal bukan hanya sebuah hukum; hal ini juga berfungsi sebagai kerangka penting bagi umat Islam untuk memutuskan makanan apa yang boleh mereka makan yang masih menganut keyakinan agama mereka (Kurniawati, 2017).

b. Sertifikasi Halal

Sertifikasi Halal adalah proses untuk mendapatkan sertifikat halal dengan melalui beberapa tahapan pemeriksaan untuk membuktikan bahwa bahan baku, proses produksi, dan sistem jaminan halal produk pada suatu perusahaan sudah sesuai dengan standar yang ditetapkan (Faridah, 2019)

Dalam fatwa DSN MUI, dinyatakan bahwa sertifikasi halal merupakan suatu aspek penting untuk memastikan kehalalan suatu produk sesuai dengan ajaran Islam. Keharusan sertifikasi kehalalan menandakan bahwa produk tersebut telah memenuhi standar kehalalan dan layak untuk dikonsumsi. Kepemilikan sertifikasi halal menjadi syarat untuk mendapatkan persetujuan dari pihak pemerintah terkait diperbolehkannya mencantumkan label halal pada kemasan produk. Produk yang telah berhasil melewati uji sertifikasi halal yang dilakukan oleh MUI berhak mendapatkan sertifikasi yang mencakup logo halal pada kemasan produk.

Peraturan terkait produk halal dijelaskan dalam Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (JPH). Implementasi UU JPH ini bertujuan untuk memberikan

perlindungan serta memastikan konsumsi barang dan jasa sesuai dengan prinsip ajaran Islam. Proses penerapan Jaminan Produk Halal (JPH) terus berlangsung karena masih ada banyak produk yang belum mendapatkan sertifikasi dan standar halal, serta belum ada panduan pengembangan industri Halal (Faridah, 2019). Meskipun sangat penting bagi umat Islam, kesadaran masyarakat terhadap produk Halal masih kurang, dan pemangku kepentingan pelaku usaha memiliki pengetahuan yang terbatas tentang produk Halal. Sebagian besar masyarakat Indonesia, yang mayoritas beragama Islam masih menganggap bahwa semua produk yang beredar otomatis adalah produk Halal dan pemeriksaan label Halal pada produk yang akan dikonsumsi masih belum menjadi prioritas.

Pengaturan sertifikasi halal dalam Undang-Undang Jaminan Produk Halal (UU JPH) berbeda dari pengaturan sebelumnya yang diatur oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI). Reformasi UU JPH ini mencakup pembentukan Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) yang bertujuan untuk memperkuat sistem sertifikasi halal yang sebelumnya dikelola oleh MUI. Perbedaan antara sertifikasi halal sebelum dan sesudah UU JPH diterbitkan, disajikan pada tabel berikut :

Tabel 2. 1 Sertifikasi Halal Sebelum dan Sesudah UU JPH

Sebelum UU JPH	Sesudah UU JPH
Sertifikasi bersifat *voluntary* atau sukarela	Sertifikasi bersifat *mandatory* atau wajib
Majelis Ulama Indonesia (MUI) sebagai lembaga utama yang memiliki otoritas dalam proses sertifikasi halal	Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) sebagai lembaga utama yang memiliki

	otoritas dalam proses sertifikasi halal
Sertifikasi dilakukan oleh lembaga non-pemerintah atau lembaga swadaya masyarakat.	Sertifikasi dilakukan oleh lembaga pemerintah yang berada di bawah naungan Kementerian Agama.
LPPOM MUI berperan sebagai lembaga yang melakukan audit atau pemeriksaan terhadap produk halal.	Lembaga Pemeriksa Halal (LPH) bertindak sebagai institusi yang melaksanakan audit atau pemeriksaan terhadap produk halal.
Sertifikat memiliki masa berlaku selama 2 tahun dan belum memiliki legitimasi hukum yang kuat.	Sertifikat memiliki masa berlaku selama 4 tahun dan telah dilengkapi dengan jaminan kepastian hukum yang kuat. Terdapat sanksi pidana maupun denda bagi pelaku usaha yang gagal menjaga kehalalan produk yang telah mendapatkan sertifikasi halal.
Auditor halal dapat memiliki latar belakang pendidikan yang tidak sepenuhnya sesuai dengan bidang audit.	Auditor harus memiliki latar belakang keilmuan yang relevan, seperti biologi, farmasi, pangan, biokimia, teknik industri, atau kimia.
Alur sertifikasinya singkat : Pelaku Usaha → LPPOM MUI → MUI	Alur sertifikasinya lebih panjang **:** Pelaku Usaha → BPJPH → LPH → BPJPH → MUI

Sumber (Faridah, 2019)

Masa berlaku sertifikasi halal adalah empat tahun, dimulai dengan dikeluarkannya surat keputusan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang disahkan oleh Departemen Agama Kementerian Agama. Namun, jika pemilik usaha terbukti melanggar hukum, misalnya dengan menyalahgunakan label atau logo halal pada kemasan produknya, sertifikat halal dapat dicabut sewaktu-waktu sebelum masa berlakunya habis. Hal ini menyiratkan bahwa, meskipun sertifikat tersebut biasanya berlaku selama empat tahun, organisasi harus mematuhi prosedur pemantauan yang ketat untuk memverifikasi bahwa mereka memenuhi semua aturan yang berlaku. Jika ditemukan pelanggaran, badan yang berwenang berwenang untuk mencabut sertifikat halal untuk mematuhi persyaratan hukum dan melindungi integritas label halal, yang sangat penting bagi pelanggan. Oleh karena itu, untuk mempertahankan sertifikasi mereka selama jangka waktu yang ditentukan, dunia usaha harus menjamin kepatuhan penuh terhadap undang-undang dan peraturan halal (Jamsa Sumbalatu, 2023)

5. Usaha Mikro

Berdasarkan peraturan pemerintah usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro (Pemerintah Indonesia, 2021). Adapun kriteria Usaha Mikro yang tercantum dalam UU UMKM Nomor 7 Tahun 2021 pada pasal 35 bahwa :

1. Usaha Mikro memiliki moda usaha sampai dengan paling banyak Rp.1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
2. Usaha Mikro memiliki hasil penjualan tahunan sampai dengan paling banyak Rp.2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah).

Perintah Allah SWT dalam ajaran Islam yang mengatur tentang konsumsi dan penggunaan barang dan jasa, sangat erat kaitannya dengan pentingnya penjualan produk halal bagi para pelaku usaha. Dalam

konteks ini, “produk halal” mengacu pada segala jenis barang atau jasa yang dianggap halal menurut syariat dan mematuhi kaidah hukum Islam. Barang halal hadir dalam berbagai bentuk, mulai dari makanan dan minuman yang merupakan kebutuhan umat manusia, hingga obat-obatan dan kosmetik yang juga penting untuk kehidupan sehari-hari. Selain itu, produk halal tidak hanya dimaksudkan untuk dikonsumsi; mereka juga mencakup hal-hal yang digunakan atau digunakan dalam masyarakat dan mematuhi norma-norma dan nilai-nilai yang ditetapkan oleh keyakinan Islam. Dalam situasi ini, pelaku usaha wajib memastikan produk yang dijualnya mematuhi peraturan halal yang telah ditetapkan serta memenuhi standar mutu dan keamanan. Dengan demikian, memasarkan barang halal merupakan kewajiban sosial yang merupakan wujud ketaatan pelaku usaha terhadap fundamental syariat Islam dalam segala aspek operasional usahanya, selain juga merupakan kewajiban menjalankan arahan Allah SWT. Untuk memenuhi permintaan pelanggan dan menjunjung standar moral dan etika yang ditetapkan oleh agama, barang yang diproduksi dan dijual harus mematuhi peraturan halal. Oleh karena itu, sangat penting bagi pelaku usaha untuk mematuhi standar halal agar dapat memberikan manfaat bagi masyarakat dengan menawarkan produk dan layanan yang sejalan dengan ajaran Islam, selain memohon ridho dan izin Allah SWT.

C. Hipotesis

Hipotesis memiliki beberapa komponen penting yakni dugaan sementara, hubungan antar variabel dan uji kebenaran. Menurut Yam & Taufik, (2021) Pemahaman dalam penyusunan hipotesis yakni mencari media landasan penyusunan hipotesis, Menyusun teori terkait yang menjadi jembatan antara variabel dependen dan variabel independen untuk dapat membangun analisis, dan memilih statistika yang tepat sebagai alat uji. Sehingga dengan demikian,substansi hipotesis adalah pernyataan sementara berbasis norma-

norma terkait pada suatu fenomena atau kasus penelitian dan akan diuji dengan suatu metode atau statistika yang tepat.

Hipotesis penelitian dapat disusun berdasarkan penelitian terdahulu. Berdasarkan telaah pustaka yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat dibuat beberapa hipotesis sebagai solusi sementara untuk masalah yang diangkat dalam penelitian ini , sebagai berikut :

1. Penelitian yang dilakukan oleh (Nainggolan, 2022) bahwa sikap (*attitude*) mampu untuk mempengaruhi para pelaku UMKM dalam melakukan sertifikasi halal. Berdasarkan penelitian tersebut, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah :

   H1 : Sikap (*attitude*) Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Minat Pelaku UMKM Untuk Mengajukan Sertifikasi Halal

2. Penelitian yang dilakukan (Nainggolan, 2022) norma subjektif (*subjective norm)* berpengaruh terhadap minat UMKM dalam mengajukan sertifikasi halal. Maka hipotesis dalam penelitian ini adalah :

   H2 : Norma Subjektif (*Subjective Norm*) Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Minat Pelaku UMKM Untuk Mengajukan Sertifikasi Halal

3. Penelitian yang dilakukan (Nainggolan, 2022) persepsi kontrol Perilaku (*Perceived Behavior Control*) berpengaruh terhadap minat UMKM untuk menggunakan sertifikasi halal. Berdasarkan penelitian tersebut, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah :

   H3 : Persepsi Kontrol Perilaku (*Perceived Behavior Control*) Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Minat Pelaku UMKM Untuk Mengajukan Sertifikasi Halal

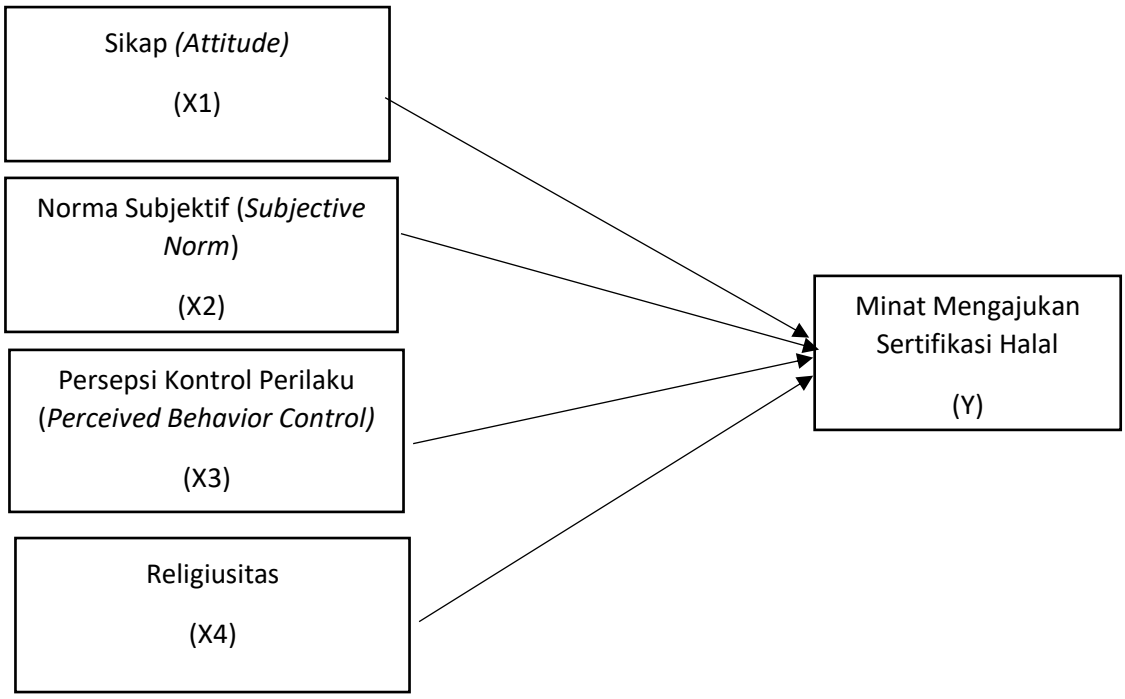
4. Penelitian yang dilakukan (Silalahi et al., 2022) menyatakan bahwa religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat UMKM untuk mengadopsi sertifikasi halal. Berdasarkan penelitian tersebut maka hipotesis pada penelitian ini adalah :

H4 : Religiusitas Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Minat Pelaku UMKM Untuk Mengajukan Sertifikasi Halal.

D. Kerangka Berpikir

Menurut (Syahputri et al., 2023) Kerangka berpikir penelitian, dibangun dengan mensintesis berbagai fakta, pengamatan, dan studi literatur sebelumnya. Kerangka berpikir, yang merupakan langkah penting dalam proses penelitian, mencakup teori, hipotesis, atau konsep yang akan menjadi landasan penyelidikan. Tujuan dari kerangka ini adalah untuk memberikan landasan yang kokoh dalam menjawab pertanyaan penelitian dengan menjelaskan secara menyeluruh variabel-variabel penelitian yang relevan dengan permasalahan yang diteliti. Kerangka berpikir ini berfungsi sebagai panduan yang menghubungkan berbagai elemen dari penelitian, seperti teori yang mendasari, hipotesis yang diajukan, serta cara-cara untuk mengatasi dan memahami permasalahan yang diteliti. Kerangka berpikir dapat disajikan dalam bentuk bagan, tugas akhir penelitian kualitatif, dan atau gabungan keduanya.

Berdasarkan hipotesis-hipotesis yang telah diuraikan, maka kerangka berpikir penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut :



Berdasarkan kerangka berfikir diatas, dijelaskan bahwa variabel sikap (*attitude)* norma subjektif (*subjective norm*), persepsi kontrol perilaku (*perceived behavior control)*, dan religiusitas berpengaruh terhadap minat mengajukan sertifikasi halal pada UMKM.

BAB III
METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif adalah metode yang mengandalkan pengukuran objektif dan analisis matematis (statistik) terhadap sampel data yang diperoleh melalui kuesioner, jajak pendapat, tes, atau instrumen penelitian lainnya untuk membuktikan atau menguji hipotesis (dugaan sementara) yang diajukan dalam penelitian. Tujuan dipilihnya jenis penelitian ini adalah untuk memperoleh pemahaman yang mendalam tentang hubungan antara variabel-variabel tertentu dalam suatu populasi atau sampel yang diwakili oleh angka-angka dan statistik.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh sikap (*attitude*), norma subjektif (*subjective norm*), Persepsi Kontrol Perilaku (*Perceived Behavior Control*) dan religiusitas terhadap minat pelaku usaha mikro untuk mengajukan sertifikasi halal. Peneliti dapat mengumpulkan data melalui penyebaran kuesioner yang kemudian dianalisis menggunakan metode statistik.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yang dipilih dalam penelitian ini adalah Kabupaten Sleman, dimana mayoritas penduduknya adalah muslim yang memproduksi dan mengkonsumsi produk Halal. Selain itu, pemilihan lokasi pada penelitian ini melihat banyaknya pelaku usaha mikro yang beroperasi di Kabupaten Sleman namun peneliti mengambil sampel pada pelaku usaha mikro dibidang kuliner.

C. Waktu Pelaksanaan

Waktu pelaksanaan penelitian adalah pada bulan Mei-Juni 2024

D. Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah pelaku usaha mikro dibidang kuliner yang beroperasi di Kabupaten Sleman yang belum bersertifikasi halal.

E. Populasi dan Sampel

1. Populasi

   Menurut (Amin et al., 2023) Populasi dalam penelitian merujuk pada keseluruhan elemen yang menjadi fokus studi, mencakup baik objek maupun subjek dengan ciri-ciri dan karakteristik tertentu yang relevan dengan topik penelitian. Populasi dapat diartikan sebagai kumpulan semua anggota dari kelompok manusia, binatang, peristiwa, atau benda yang berada dalam satu lokasi atau konteks tertentu dan diorganisir secara sistematis untuk menjadi sumber data dalam penelitian. Dengan kata lain, populasi merupakan keseluruhan entitas yang menjadi subjek untuk diteliti dan dianalisis guna mencapai kesimpulan akhir dari suatu penelitian. Dalam penelitian ini, populasinya adalah pelaku usaha mikro yang berada di Kabupaten Sleman, yang menjadi objek utama untuk mengumpulkan data, menganalisis informasi, dan menarik kesimpulan mengenai fenomena yang sedang diteliti.

2. Sampel

   Menurut (Firmansyah & Dede, 2022) sampel adalah teknik (prosedur atau perangkat) yang digunakan oleh peneliti unuk secara sistematis memilih sejumlah item atau individu yang relatif lebih kecil (subset) dari populasi yang telah ditentukan sebelumnya untuk dijadikan subjek (sumber data) untuk observasi atau eksperimen sesuai tujuan. Dalam penelitian ini digunakan metode non-probability dengan pendekatan *purposive sampling*. Sampel yang digunakan pada penelitian ini ditentukan menggunakan rumus Hair. Rumus Hair digunakan karena populasi yang belum diketahui, menurut Hair jumlah sampel 5 sampai 10 dikali dari jumlah indikator dan ukuran sampel yang sesuai berkisar antara 100-200

responden. Pada penelitian ini, menggunakan ukuran sampel 9 dan jumlah indikator sebanyak 18 (9 x 18 = 162). Berdasarkan perhitungan tersebut, sampel yang digunakan adalah sebanyak 162 responden.

F. Sumber Data

Kualitas data dalam penelitian sangat dipengaruhi oleh kualitas alat yang digunakan untuk mengumpulkan data tersebut. Apabila alat pengambilan data memiliki tingkat reliabilitas dan validitas yang baik, maka data yang dihasilkan juga akan memiliki tingkat reliabilitas dan validitas yang memadai. Dalam penelitian ini, data dikumpulkan dari sumber primer, yaitu data yang diperoleh secara langsung oleh peneliti melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang telah memenuhi kriteria yang telah ditetapkan.

G. Teknik Pengumpulan Data

Peneliti menggunakan teknik pengumpulan data berupa kuesioner untuk memperoleh data yang relevan dengan topik penelitian yang dibutuhkan. Kuesioner atau angket adalah metode pengumpulan data melalui pengisian formulir yang berisi pertanyaan-pertanyaan tertulis kepada individu atau kelompok untuk memperoleh tanggapan dan informasi yang diperlukan oleh peneliti. Penggunaan kuesioner lebih efisien dalam mengumpulkan data dari banyak responden karena dapat disebarkan dan dikumpulkan kembali setelah diisi oleh responden. Kuesioner dapat dilakukan oleh peneliti secara massal dalam waktu singkat. Skala likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur persepsi, sikap atau pendapat seseorang atau kelompok mengenai sebuah peristiwa atau fenomena sosial (Pranatawijaya et al., 2019). Adapun skala likert yang dimaksud adalah sebagai berikut :

tabel 3. 1 Skala Likert

No	Jawaban	*Score*
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Netral (N)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Dalam mengumpulkan data melalui kuesioner, digunakan skala Likert untuk mendapatkan data yang memiliki interval. Skala Likert yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari 5 poin, dimulai dari skala 1 (Sangat tidak setuju) hingga skala 5 (Sangat setuju).

H. Teknik Analisis Data

Operasional Variabel merujuk pada konsep yang telah diukur atau diobservasi dalam penelitian. Dalam penelitian ini, terdapat dua jenis variabel yang digunakan yaitu variabel dependen dan variabel independen. Kedua variabel tersebut akan diuji untuk mengetahui hubungan dan pengaruh antara keduanya. Dari hasil pengujian tersebut akan diperoleh kesimpulan apakah kedua variabel tersebut saling terkait secara signifikan atau tidak.

a) Variabel Dependen (Y)

Variabel Dependen adalah variabel yang terpengaruh oleh variabel-variabel independen lainnya. Variabel Dependen merupakan fokus utama dalam penelitian, dan dalam penelitian ini , keputusan pembelian sebagai variabel dependen (Y).

b) Variabel Independen (X)

Variabel Independen adalah variabel yang memiliki pengaruh atau berperan sebagai penyebab terhadap Variabel Dependen. Variabel

Independen memiliki peran yang berlawanan dengan Variabel Dependen, yaitu sebagai faktor yang mempengaruhi terjadinya Variabel Dependen. Pada penelitian ini, label halal, harga, dan merek sebagai variabel independen (X).

Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel dan Indikator Penelitian

Variabel	Definisi	Indikator
Minat pelaku usaha untuk mengajukan sertifikasi halal (Y)	Menurut (Syafrida et al., 2022) minat adalah dorongan untuk mengarahkan perhatian individu pada suatu objek tertentu dan merupakan sumber motivasi untuk melakukan apa yang diinginkan	1.Ketertarikan 2.Kepercayaan 3.Keinginan 4.Keyakinan
Sikap (*attitude*) (X1)	Sikap merupakan penilaian dan perasaan yang konsisten yang disukai atau tidak disukai seseorang tentang objek atau ide (Nainggolan, 2022)	1.Kesadaran 2.Perilaku 3.Pengetahuan
Norma Subjektif (*Subjective Norm*) (X2)	Persepsi individu yang dipengaruhi oleh orang lain atau lingkungan sekitar terhadap perilaku (Nainggolan, 2022)	1.Pengaruh orang sekitar 2.pengaruh lingkungan 3.Pengaruh teman seprofesi
Persepsi kontrol perilaku(*Perceived Behavior Control)*	Faktor yang memberikan gambaran kepada individu mengenai mudah atau sulitnya	1.Kemudahan dalam mengajukan sertifikasi halal

(X3)	individu melaksanakan suatu tindakan atau perilaku.	2.Kepercayaan 3.Kemampuan finansial
Religiusitas (X4)	Religiusitas merupakan suatu integrasi secara kompleks antara pengetahuan agama, perasaan, serta tindakan keagamaan dalam diri seseorang.(Asiyah & Hariri, 2021)	1.Keyakinan 2.Praktik Agama 3.Penghayatan 4.Pengetahuan Agama 5.Konsekuensi

I. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan sarana yang digunakan oleh peneliti untuk mengukur fenomena alam atau sosial yang sedang diamati. Dalam pengumpulan data, instrumen yang digunakan adalah kuesioner. Kuesioner dalam penelitian ini memiliki karakteristik tertutup, dimana responden diarahkan untuk memilih jawaban sesuai dengan pilihan yang telah disediakan dalam kuesioner. Setelah penyebaran kuesioner, dilakukan pengujian validitas untuk memastikan data yang diperoleh menjadi lebih valid sehingga siap digunakan dalam analisis terhadap sampel penelitian.

Indikator pada kuesioner dalam penelitian ini mengadopsi penggunaan skala Likert. Skala Likert banyak digunakan karena memberikan kesempatan bagi responden untuk mengungkapkan perasaan mereka dan mengesahkan persetujuan terhadap pernyataan tertentu. Kuesioner akan terbagi menjadi beberapa bagian, yaitu :

1. Bagian awal berisi informasi mengenai responden yang mencakup identitas seperti nama, jenis kelamin, dan usia
2. Bagian kedua berfungsi sebagai petunjuk bagi responden dalam mengisi kuesioner dengan memberikan instruksi yang jelas.

3. Bagian berikutnya berisi tentang pertanyaan yang terkait dengan penelitian yang sedang dilakukan.

J. Teknik Analisis Data

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Tahapan analisis data pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. PLS – SEM

PLS adalah analisis persamaan struktural (*structural equation modelling*) berbasis varian yang dapat menguji metode pengukuran sekaligus menguji model structural secara simultan. Metode PLS – SEM merupakan teknik statistika multivariate yang melakukan perbandingan antara variabel dependen berganda dan variabel independent berganda (Octaviany & Mohammad Arif, 2023)

Data yang digunakan dalam PLS – SEM tidak harus memenuhi persyaratan asumsi normalitas data, dengan demikian PLS-SEM memberi kelonggaran pada data yang tidak berdistribusi normal (Hair & Alamer, 2022). PLS juga dapat digunakan untuk memprediksi pengaruh variabel X terhadap Y, serta menjelaskan hubungan teoritis antara keduanya. Evaluasi model PLS ini dilakukan dengan mengevaluasi *outer model* dan *inner model*.

A. Outer Model

Analisis *outer model* atau model pengukuran menunjukkan bagaimana hubungan variabel laten dengan indikatornya. Pengukuran *outer model* ini dapat digunakan untuk menilai validitas konstruk dan reliabilitas dari instrumen penelitian melalui proses estimasi algoritma dan parameter model pengukuran sebagai berikut :

1) Uji Validitas

a) *Convergent Validity*

Validitas konvergen adalah indikator yang dievaluasi berdasarkan korelasi antara skor item/komponen dengan skor konstruk, yang ditunjukkan melalui faktor muatan standar. Faktor muatan standar ini menggambarkan besarnya korelasi antara setiap item pengukuran (indikator) dengan konstruk yang diukur. Ukuran reflektif individu dianggap tinggi jika memiliki korelasi lebih dari 0,7 dengan konstruk yang dimaksud. Menurut Ghozali (2015) Nilai *outer loading* 0,50 – 0,60 masih bisa diterima (Khairunnisa et al., 2020)

b) *Discriminant Validity*

Validitas diskriminan adalah model pengukuran yang menggunakan indikator reflektif dan dilihat melalui cross loading antara indikator dan konstruk. Jika korelasi antara konstruk dan indikatornya lebih tinggi dibandingkan dengan korelasi antara indikator tersebut dengan konstruk lainnya, maka ini menunjukkan bahwa konstruk laten lebih baik dalam memprediksi indikator di blok mereka sendiri dibandingkan dengan indikator di blok lainnya.

Menggunakan perbandingan akar kuadrat dari AVE (Average Variance Extracted) adalah metode lain untuk menilai validitas diskriminan antara setiap konstruk dalam model terhadap konstruk lainnya. Jika akar AVE dari masing-masing konstruk lebih besar daripada korelasi antara konstruk tersebut dengan konstruk lainnya, ini menunjukkan bahwa validitas diskriminan dalam model tersebut sudah memadai. Validitas diskriminan dianggap tercapai ketika nilai AVE mencapai atau melebihi 0,5 (Khairunnisa et al., 2020)

2) Uji Reliabilitas

Selain uji validitas, didalam *outer model* juga dilakukan untuk menguji reliabilitas suatu konstruk. Pengujian dilakukan untuk membuktikan akurasi, konsistensi dan ketepatan instrumen dalam mengukur konstruk. Uji reliabilitas suatu konstruk dengan indikator

reflektif dapat dilakukan dengan dua metode yaitu *composite reliakbility* dan *Cronbach alpha*. Dalam pengukuran tersebut jika nilai dicapai adalah besar dari 0,70 maka konstruk tersebut dapat dikatakan *reliable.*

B. Inner Model

Setelah dilakukan pengujian *outer model*, pengujian selanjutnya adalah pengujian *inner model. Inner model* digunakan untuk memprediksi hubungan kausalitas antar variabel laten, *inner model* menggambarkan hubungan antar variabel laten yang telah dibangun berdasarkan *substantive theory*. Uji *inner model* dapat dievaluasi dengan menggunakan :

a) Analisis Pengujian *R-Square* (R^2)

Evaluasi model struktural dimulai dengan melihat nilai *R-square* pada setiap variabel untuk menilai kekuatan prediksi model tersebut. *Uji R-Square* (R2) bertujuan untuk mengukur sejauh mana variasi pada variabel dependen dapat dijelaskan oleh seluruh variabel independen yang ada dalam model. Nilai R2 diklasifikasikan menjadi tiga kategori: 0,75 dianggap sebagai model yang kuat, 0,50 sebagai model sedang, dan 0,25 sebagai model lemah (Rahadi, 2023)

b) F^2 (*effect size)*

Evaluasi model PLS menggunakan ukuran efek F2 untuk menentukan pengaruh antar variabel berdasarkan ukuran efek. Klasifikasi nilai *f-square* dibagi menjadi beberapa kategori, yaitu 0,02; 0,15; dan 0,35, yang masing-masing menunjukkan pengaruh kecil, sedang, dan besar. Nilai yang kurang dari 0,02 dianggap tidak memiliki efek (Rahadi, 2023)

c) Uji *path coefficient*

Uji *path coefficient* digunakan untuk menunjukkan seberapa kuat efek atau pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam analisis PLS-SEM , nilai *path coefficient* berkisar antara -1 hingga +1. Menurut Sarstedt dkk (2017) Nilai *path coefficient* semakin mendekati nilai +1, hubungan kedua konstruk semakin kuat. Hubungan yang semakin

mendekati -1 mengindikasikan bahwa hubungan tersebut bersifat negatif (Rahadi, 2023)

d) Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan untuk mengetahui hubungan langsung. Pengujian hipotesis dapat dilihat dari nilai T-statistik dan nilai probabilitas. Untuk pengujian hipotesis yaitu dengan menggunakan nilai statistik maka alpha 5% nilai t-statistik yang digunakan adalah 1,96. Sehingga kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis adalah Ha diterima dan H0 ditolak ketika t-statistik > 1,96. Untuk menolak atau menerima hipotesis menggunakan probabilitas maka Ha diterima jika nilai $p < 0,05$.

BAB IV
HASIL PENELITIAN

A. Hasil Penelitian

1. Deskripsi Objek Penelitian

Objek penelitian ini mencakup Pelaku Usaha Mikro yang beroperasi di Kabupaten Sleman, di mana responden dari penelitian ini adalah para pemilik usaha yang bergerak dibidang kuliner yang tersebar di berbagai wilayah tersebut. Metode pengumpulan data dilakukan dengan melakukan observasi langsung serta menyebarkan kuesioner kepada Pelaku Usaha Mikro yang menjadi subjek penelitian sebanyak 162 orang yang selanjutnya akan diuji menggunakan alat statistik berupa SmartPLS3.

2. Analisis Deskriptif

Pada bagian berikut akan mendeskripsikan data-data yang diperoleh dari responden. Data deskriptif yang menggambarkan keadaan atau kondisi responden perlu diperhatikan sebagai informasi tambahan untuk memahami hasil penelitian.

a) Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik data responden berdasarkan jenis kelamin pada pelaku Usaha Mikro di Bidang Kuliner di Kabupaten Sleman yang tersaji dalam tabel berikut :

Tabel 4. 1 Karakteristik Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Presentase
Laki-Laki	92	56,8 %
Perempuan	70	43,2 %
Total	**162**	**100 %**

Sumber : Data Primer Diolah, 2024

Berdasarkan tabel 4.1 dari 162 responden terdapat 92 responden yang berjenis kelamin laki-laki atau sebesar (56,8%) dan 70 responden yang berjenis kelamin Perempuan atau sebesar (43,2%). Data penelitian ini menunjukkan bahwa mayoritas responden berjenis kelamin laki-laki.

b) Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Karakteristik data responden berdasarkan usia pada pelaku Usaha Mikro di Bidang Kuliner di Kabupaten Sleman yang tersaji dalam tabel berikut :

Tabel 4. 2 Karakteristik Usia Responden

Usia	Jumlah Responden	Presentase
20 – 25 Tahun	16	9,9 %
26 – 30 Tahun	30	18,5 %
31 – 35 Tahun	44	27,2 %
36 – 40 Tahun	31	19,1 %
>40 Tahun	41	25,3 %
Total	**162**	**100 %**

Sumber : Data Primer Diolah, 2024

Berdasarkan tabel 4.2 dari 162 responden terdapat 16 responden yang berusia 20-25 tahun atau sebesar (9,9%), responden yang berusia 26-30 tahun sejumlah 30 responden atau sebesar (18,5%), usia 31-35 tahun sejumlah 44 atau sebesar (27,2%), usia 36-40 tahun sejumlah 31 atau sebesar (19,1%), dan berusia lebih dari 40 tahun sejumlah 41 atau sebesar (25,3%). Data penelitian ini menunjukkan bahwa mayoritas responden berusia 31-35 tahun.

c) Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Karakteristik data responden berdasarkan Pendidikan terakhir pada pelaku Usaha Mikro di Bidang Kuliner di Kabupaten Sleman yang tersaji dalam tabel berikut :

Tabel 4. 3 Karakteristik Pendidikan Terakhir Responden

Pendidikan Terakhir	Jumlah Responden	Presentase
SD/Sederajat	12	7,4 %
SMP/Sederajat	35	21,6 %
SMA/Sederajat	73	45,1 %
D1/D2/D3	14	8,6 %
S1/S2/S3	28	17,3 %
Total	**162**	**100 %**

Sumber : Data Primer Diolah, 2024

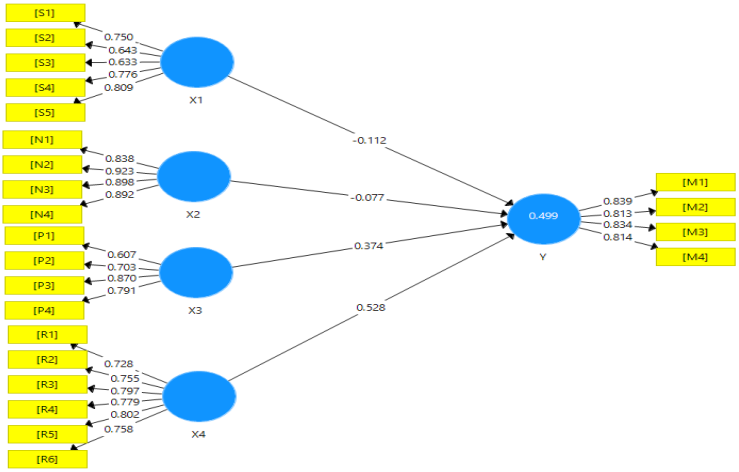
Berdasarkan tabel 4.3 dari 162 responden dapat dikelompokkan untuk SD/Sederajat sebanyak 12 atau sebesar (7,4%), SMP/Sederajat sebanyak 35 atau sebesar (21,6%), SMA/Sederajat sebanyak 73 atau sebesar (45,1%), D1/D/D3 sebanyak 14 atau sebesar (8,6%), dan responden yang Pendidikan terakhirnya S1/S2/S3 sebanyak 28 atau sebesar (17,3%). Data penelitian ini menunjukkan bahwa mayoritas pendidikan terakhir responden adalah SMA/Sederajat.

3. Analisa Hasil PLS

Analisis hasil yang digunakan adalah analisis PLS yang terdiri dari model pengukuran (*outer model*) dan model struktural (*inner model*). Berikut penjelasan hasil analisis dari kedua model tersebut :

a) Analisis Model Pengukuran (*Outer Model*)

Model pengukuran *outer model* digunakan untuk menguji dan menilai validitas konstruk dan reliabilitas sebuah instrumen melalui proses estimasi algoritma dan parameter model pengukuran yang bertujuan untuk mengetahui kelayakan dari penelitian. Adapun analisis model pengukuran (*outer model)* dilakukan dengan berbagai pengukuran sebagai berikut :



Gambar 4. 1 Konstruk *outer model*

a. Validitas Konvergen

Validitas konvergen merupakan sebuah metode yang digunakan untuk menguji setiap konstruk dalam sebuah penelitian, dengan memanfaatkan parameter yang disebut *outer loading*. *Outer loading* adalah pengukuran yang menunjukkan seberapa baik indikator-indikator yang merefleksikan konstruk yang sedang diteliti. Dalam konteks ini, sebuah indikator dianggap memiliki reliabilitas yang baik jika nilainya lebih besar dari 0,70. Namun, nilai 0,50 sampai 0,60 masih dapat diterima dan dipertahankan. Nilai *outer loading* dari masing-masing indikator yang digunakan dalam penelitian ini disajikan sebagai berikut :

Tabel 4. 4 Nilai *Outer Loading*

Kode	X1	X2	X3	X4	Y	Keterangan
S1	0.750					VALID
S2	0.643					VALID
S3	0.633					VALID
S4	0.776					VALID
S5	0.809					VALID
N1		0.838				VALID
N2		0.923				VALID
N3		0.898				VALID
N4		0.892				VALID
P1			0.607			VALID
P2			0.703			VALID
P3			0.870			VALID
P4			0.791			VALID
R1				0.728		VALID
R2				0.755		VALID
R3				0.797		VALID
R4				0.779		VALID
R5				0.802		VALID
R6				0.758		VALID
M1					0.839	VALID
M2					0.813	VALID
M3					0.834	VALID
M4					0.814	VALID

Sumber : Data Diolah Menggunakan SmartPLS3, 2024

Keterangan :

S : Sikap (*attitude)*

N : Norma Subjektif *(subjective norm)*

P : Persepsi Kontrol Perilaku *(perceived behavior control)*

R : Religiusitas

M: Minat Pelaku Usaha Mikro Untuk Mengajukan Sertifikasi Halal

Berdasarkan tabel 4.5 menunjukkan bahwa indikator memiliki hasil dengan nilai *outer model* lebih dari 0,5 maka dapat disimpulkan bahwa

pertanyaan yang diajukan kepada responden menunjukkan hasil yang valid dan layak untuk dijadikan instrumen kuesioner.

b. Validitas Diskriminan

Validitas diskriminan merupakan analisis untuk mengetahui validitas suatu konstruk yang dilihat dari nilai *Heteroit-Monotrait Ratio* (HTMT), *Fornell-Larcker Criterion,* dan nilai *cross loading* dengan tujuan untuk mengetahui apakah konstruk tersebut memiliki diskriminan yang memadai. Berikut ini nilai HTMT :

Tabel 4. 5 Nilai HTMT *(Heteroit-Monotrait Ratio)*

Variabel	S	N	P	R	M
S					
N	0.537				
P	0.633	0.594			
R	0.613	0.364	0.631		
M	0.348	0.226	0.666	0.742	

Sumber : Data Diolah Menggunakan SmartPLS3, 2024

Keterangan :

S : Sikap (*attitude)*

N : Norma Subjektif *(subjective norm)*

P : Persepsi Kontrol Perilaku *(perceived behavior control)*

R : Religiusitas

M: Minat Pelaku Usaha Mikro Untuk Mengajukan Sertifikasi Halal

Berdasarkan tabel 4.6 menunjukkan bahwa nilai HTMT *(Heteroit-Monotrait Ratio)* pada setiap pasangan variabel bernilai kurang dari 0,90. Maka dari itu, hasil pengujian ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan item telah menunjukkan konstruk pada masing-masing variabel dengan baik serta secara diskriminan pada seluruh item.

Pengujian validitas selanjutnya dapat dilakukan dengan cara menilai akar *Average Variance Extracted (AVE)* dan membandingkan antar korelasi konstruk

Dalam pengujian validitas diskriminan, nilai akar *AVE* dianggap cukup apabila nilainya lebih besar dari korelasi antara suatu konstruk dengan konstruk lainnya. Nilai tersebut dapat dilihat pada tabel *fornell-larcker*, yang tersaji pada tabel berikut :

Tabel 4. 6 *Fornell-Larcker*

Variabel	S	N	P	R	M
S	0.726				
N	0.422	0.888			
P	0.497	0.434	0.749		
R	0.516	0.325	0.530	0.770	
M	0.311	0.206	0.564	0.643	0.825

Sumber : Data Diolah Menggunakan SmartPLS3, 2024

Keterangan :

S : Sikap (*attitude)*

N : Norma Subjektif *(subjective norm)*

P : Persepsi Kontrol Perilaku *(perceived behavior control)*

R : Religiusitas

M: Minat Pelaku Usaha Mikro Untuk Mengajukan Sertifikasi Halal

Tabel 4. 7 Nilai *AVE*

Variabel	Nilai *AVE*	Kriteria	Keterangan
S	0.527	> 0.50	VALID
N	0.789	> 0.50	VALID
P	0.562	> 0.50	VALID
R	0.594	> 0.50	VALID
M	0.681	> 0.50	VALID

Sumber : Data Diolah Menggunakan SmartPLS3, 2024

Keterangan :

S : Sikap (*attitude)*

N : Norma Subjektif *(subjective norm)*

P : Persepsi Kontrol Perilaku *(perceived behavior control)*

R : Religiusitas

M: Minat Pelaku Usaha Mikro Untuk Mengajukan Sertifikasi Halal

Berdasarkan tabel 4.8 dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai *AVE* di atas 0,50 hal tersebut dapat dinyatakan bahwa semuanya indikator valid.

Tabel 4. 8 Nilai *Cross Loading*

Kode	X1	X2	X3	X4	Y
S1	0.750	0.372	0.349	0.358	0.204
S2	0.643	0.281	0.344	0.397	0.131
S3	0.633	0.369	0.303	0.232	0.142
S4	0.776	0.383	0.375	0.364	0.230
S5	0.809	0.268	0.421	0.476	0.329
N1	0.332	0.838	0.332	0.239	0.136
N2	0.411	0.923	0.445	0.241	0.216
N3	0.421	0.898	0.371	0.366	0.210
N4	0.391	0.892	0.376	0.300	0.146
P1	0.276	0.590	0.607	0.274	0.264
P2	0.360	0.417	0.703	0.295	0.316
P3	0.428	0.274	0.870	0.501	0.506
P4	0.404	0.210	0.791	0.452	0.521
R1	0.481	0.273	0.544	0.728	0.409
R2	0.345	0.238	0.342	0.755	0.451
R3	0.417	0.205	0.387	0.797	0.471
R4	0.468	0.315	0.375	0.779	0.500
R5	0.302	0.255	0.368	0.802	0.573
R6	0.401	0.219	0.458	0.758	0.538
M1	0.350	0.193	0.469	0.568	0.839
M2	0.245	0.196	0.475	0.493	0.813
M3	0.228	0.125	0.416	0.496	0.834
M4	0.203	0.165	0.495	0.556	0.814

Sumber : Data Diolah Menggunakan SmartPLS3, 2024

Keterangan :

S : Sikap (*attitude)*

N : Norma Subjektif *(subjective norm)*

P : Persepsi Kontrol Perilaku *(perceived behavior control)*

R : Religiusitas

M: Minat Pelaku Usaha Mikro Untuk Mengajukan Sertifikasi Halal

Berdasarkan tabel 4.6 menunjukkan bahwa nilai *cross loading* pada item pengujian secara keseluruhan memiliki nilai konstruk yang lebih besar dari konstruk lainnya dan memenuhi prasyarat minimal nilainya yaitu harus berada diatas 0,5. Maka dari itu, hasil pengujian ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan item telah menunjukkan konstruk pada masing-masing variabel dengan baik serta secara diskriminan pada seluruh item. Maka dapat disimpulkan bahwa uji validitas diskriminan pada penelitian ini valid.

c. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi instrumen dalam menguji suatu konsep atau suatu variabel. Dalam hal ini, suatu konstruk dapat dinyatakan reliabel jika nilai uji reliabilitasnya berada di atas 0,70. Hasil uji reliabilitas menggunakan *cronbach's alpha* atau *composite reliability* disajikan dalam tabel berikut :

Tabel 4. 9 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	*Cronbach's Alpa*	*Composite Reliability*	Kriteria	Keterangan
S	0.784	0.847	> 0.70	RELIABEL
N	0.912	0.937	> 0.70	RELIABEL
P	0.749	0.834	> 0.70	RELIABEL
R	0.863	0.897	> 0.70	RELIABEL
M	0.844	0.895	> 0.70	RELIABEL

Sumber : Data Diolah Menggunakan SmartPLS3, 2024

Keterangan :

S : Sikap (*attitude)*

N : Norma Subjektif *(subjective norm)*

P : Persepsi Kontrol Perilaku *(perceived behavior control)*

R : Religiusitas

M: Minat Pelaku Usaha Mikro Untuk Mengajukan Sertifikasi Halal

Berdasarkan tabel 4.9 dapat diketahui bahwa seluruh variabel dalam penelitan memiliki nilai *cronbach's alpha* dan *composite reliability* di atas 0.70. hal tersebut menandakan bahwa seluruh variabel pada penelitian ini terbukti valid serta reliabel sehingga dapat digunakan dalam pengujian struktural selanjutnya.

b) Analisis Model Struktural *(Inner Model)*

Inner model merupakan model structural yang digunakan untuk memprediksi hubungan kausalitas antar variabel laten melalui proses *bootstrapping*. Dimana parameter *t-statistic* akan diperoleh untuk memprediksi adanya hubungan kausalitas tersebut.

a. *R- Square (R^2)*

Evaluasi model struktural diawali dengan cara melihat *r-square* pada setiap nilai variabel eksogen sebagai kekuatan prediksi dari model structural. Perubahan nilai *r-square* ini nantinya dapat digunakan untuk menjelaskan pengaruh laten eksogen tertentu terhadap variabel endogen. Adapun kriteria nilai *r-square* terdiri dari tiga klasifikasi, yakni nilai 0.75; 0.50; 0.25 yang dinyatakan sebagai model kuat, sedang, dan lemah. Nilai *r-square* pada penelitian ini sebagai berikut :

Tabel 4. 10 Nilai *R-Square*

	R-Square	***R-Square Adjusted***
M	0.499	0.486

Sumber : Data Diolah Menggunakan SmartPLS3, 2024

Keterangan :

M: Indikator Minat Pelaku UMKM Untuk Mengajukan Sertifikasi Halal

Berdasarkan tabel 4.10 menunjukkan bahwa model pengaruh sikap (*attitude)***,** norma subjektif *(subjective norm)***,** persepsi kontrol perilaku *(perceived behavior control)***,** dan religiusitas terhadap minat pelaku umkm dalam mengajukan sertifikasi halal memberikan nilai sebesar 0.499 atau 49.9%, yang artinya memiliki pengaruh sedang.

b. F^2 (*Effect Size)*

Evaluasi model *PLS* F^2 *effect size* digunakan untuk mengetahui pengaruh antar variabel dengan *effect size.* Klasifikasi nilai f-square dapat dikategorikan sebagai berikut, 0,02 ; 0,15 ; 0,35 yang dapat dinyatakan sebagai kecil ; sedang ; lemah. Nilai yang kurang dari 0,02 dianggap tidak ada efek. Nilai F^2 *(effect size)* disajikan pada tabel berikut :

Tabel 4. 11 Nilai F^2 *(Effect Size)*

Variabel	**S**	**N**	**P**	**R**	**M**
S					0.016
N					0.009
P					0.171
R					0.352
M					

Sumber : Data Diolah Menggunakan SmartPLS3, 2024

Keterangan :

S : Sikap (*attitude)*

N : Norma Subjektif *(subjective norm)*

P : Persepsi Kontrol Perilaku *(perceived behavior control)*

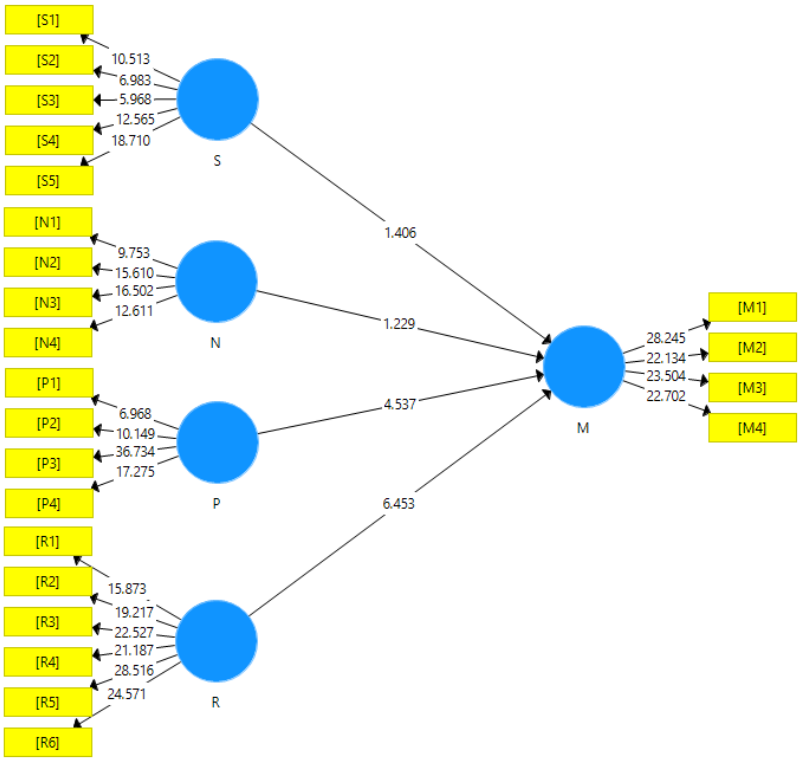
R : Religiusitas

M: Minat Pelaku Usaha Mikro Untuk Mengajukan Sertifikasi Halal

Berdasarkan tabel 4.11 menunjukkan bahwa terdapat variabel independen yang memiliki nilai F^2 kurang dari 0,02 yakni variabel Sikap (*attitude)* dan Norma Subjektif *(subjective norm),*hal tersebut menandakan bahwa variabel tersebut tidak memiliki pengaruh terhadap variabel dependen yaitu minat pelaku umkm dalam mengajukan sertifikasi halal. Adapun variabel Persepsi Kontrol Perilaku *(perceived behavior control)* menunjukkan nilai sebesar 0,171 yang artinya memiliki pengaruh medium terhadap variabel dependen dan Religiusitas menunjukkan nilai sebesar 0.352 yang artinya memiliki pengaruh besar terhadap variabel dependen. Dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini variabel yang memiliki pengaruh antar variabel dengan *effect size* yakni variabel Persepsi Kontrol Perilaku *(perceived behavior control)* dan Religiusitas.

c. Uji Hipotesis *(Bootstrapping)*

Bootstrapping atau uji hipotesis digunakan untuk melihat signifikansi pengaruh antar variabel dengan menggunakan seluruh sampel asli dalam melakukan *resampling*. Pada metode *resampling bootstrapping,* nilai signifikansi yang digunakan adalah 1,96 *(significance level* = 5%). Apabila skor T-value > 1.96 atau P-value < 0.05, maka dapat dikatakan bahwa hubungan antar variabel signifikan. Pengaruh yang terjadi pada variabel diketahui melalui *path coefficients.*



Gambar 4. 2 Model Hasil Uji Hipotesis

Tabel 4. 12 Hasil Uji Hipotesis

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistic (|O/STDEV|)	P Values
N → M	-0.077	-0.076	0.063	1.229	0.219
P → M	0.374	0.368	0.082	4.537	0.000
R → M	0.528	0.523	0.082	6.453	0.000
S → M	-0.112	-0.093	0.080	1.406	0.160

Sumber : Data Diolah Menggunakan SmartPLS3, 2024

Keterangan :

S : Sikap (*attitude)*

N : Norma Subjektif *(subjective norm)*

P : Persepsi Kontrol Perilaku *(perceived behavior control)*

R : Religiusitas

M: Minat Pelaku Usaha Mikro Untuk Mengajukan Sertifikasi Halal

Berdasarkan tabel 4.13 menjelaskan positif atau negatifnya hubungan suatu hipotesis dengan merujuk pada nilai *t-statistic* setiap hipotesanya. Berikut penjabarannya :

1. Pengaruh norma subjektif *(subjective norm)* terhadap minat pelaku umkm dalam mengajukan sertifikasi halal memiliki nilai sampel asli sebesar -0.077 dan nilai *t-statistic* 1.344 < 1.96. Maka dapat disimpulkan bahwa **H2 ditolak.**
2. Pengaruh persepsi kontrol perilaku *(perceived behavior control)* terhadap minat pelaku umkm dalam mengajukan sertifikasi halal memiliki nilai sampel asli sebesar 0.374 dan nilai *t-statistic* 4.452 > 1.96. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel berpengaruh positif signifikan. **H3 diterima.**
3. Pengaruh religiusitas terhadap minat pelaku umkm dalam mengajukan sertifikasi halal memiliki nilai sampel asli sebesar 0.528 dan nilai *t-statistic* 6.532 > 1.96. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel berpengaruh positif signifikan. **H4 diterima.**
4. Pengaruh sikap (*attitude)* terhadap minat pelaku umkm dalam mengajukan sertifikasi halal memiliki nilai sampel asli sebesar -0.112 dan nilai *t-statistic* 1.390 < 1.96. Maka dapat disimpulkan bahwa **H1 ditolak.**

B. Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian, selanjutnya adalah melakukan pembahasan dari hasil penelitian untuk memberikan gambaran yang jelas tentang hubungan antar variabel. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah minat pelaku umkm dalam mengajukan sertifikasi halal dan konstruk *theory of planned behavior* adalah sikap (*attitude),* norma subjektif *(subjective norm),* persepsi kontrol perilaku *(perceived behavior control),* dan religiusitas sebagai variabel independen.

1. Pengaruh Sikap (*attitude)* Terhadap Minat Pelaku Usaha Mikro dalam Mengajukan Sertifikasi Halal

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan pada penelitian ini menunjukkan bahwa sikap (*attitude)* terhadap minat pelaku usaha mikro dalam mengajukan sertifikasi halal tidak berpengaruh secara signifikan. Hal ini dapat dijelaskan bahwa tinggi atau rendahnya sikap terhadap sertifikasi halal tidak dapat meningkatkan minat pelaku usaha mikro untuk memperoleh sertifikat halal.

Sebagai seorang muslim harus menyadari keberadaan Tuhan dalam setiap langkahnya termasuk dalam melakukan niat untuk sesuatu. Sama halnya dengan para pelaku usaha dibidang makanan dimana selayaknya para pelaku usaha muslim diwajibkan untuk memperdagangkan produk halal yang sesuai dengan syariat. Hal tersebut dijelaskan dalam Hadits tentang jual beli dan syaratnya "Dari Ibnu Abdullah r.a. bahwa ia mendengar Rasulullah saw. Bersabda di Mekkah pada tahun penaklukan kota itu : "sesungguhnya Allah melarang jual-beli minuman keras, bangkai, babi, dan berhala" (HR.Muttafaq Alaihi". Berdasarkan hadist tersebut maka para pelaku usaha kuliner perlu memperhatikan unsur *halalan toyyiban* pada produk yang dijual.

Pada penelitian ini, item pernyataan yang diberikan kepada responden dalam variabel sikap menekankan pada pengalaman dan

keyakinan yang berkaitan dengan logika untuk melakukan sertifikasi halal pada produk makanan pelaku usaha mikro. Selain itu, perasaan khawatir atas kepercayaan konsumen kepada produk yang tidak memiliki sertifikasi halal yang merujuk kepada sikap terhadap sertifikasi halal, serta keadaan dimana pelaku usaha melakukan sertifikasi halal karena melihat konsumen menjadikan sertifikasi halal sebagai kebutuhan juga menjadi item dari pernyataan pada variabel sikap.

Jawaban responden pada indikator yang ada pada variabel sikap terhadap minat pelaku usaha mikro untuk mengajukan sertifikasi halal menunjukkan bahwa responden dari pelaku usaha mikro yang akan melakukan sertifikasi halal bukan karena didasari keyakinan dari dalam diri pelaku usaha untuk menyediakan produk halal serta adanya responden yang memiliki minat dalam melakukan sertifikasi halal tidak didasari oleh pengalaman dari pelaku usaha yang melihat tingkah laku konsumen yang mementingkan sertifikasi halal pada produk yang dikonsumsi. Hal tersebut membuktikan bahwa variabel sikap tidak mendorong minat pelaku usaha mikro dalam mengajukan sertifikasi halal pada produk. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Asnawi et al., 2018) yang menemukan bahwa sikap terhadap produk halal oleh konsumen tidak secara signifikan mempengaruhi niat untuk mengkonsumsi produk halal. Maka dari itu responden dalam penelitian ini tidak membutuhkan dukungan sikap untuk melakukan sertifikasi halal terhadap produk yang dijual.

2. Pengaruh Norma Subjektif *(Subjective Norm)* Terhadap Minat Pelaku Usaha Mikro dalam Mengajukan Sertifikasi Halal

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan pada penelitian ini menunjukkan bahwa norma subjektif *(Subjective Norm)* tidak berpengaruh signifikan terhadap minat pelaku usaha mikro untuk mengajukan sertifikasi halal. Hal ini dapat dijelaskan bahwa tinggi rendahnya norma subjektif tidak dapat meningkatkan minat pelaku usaha dalam mengajukan sertifikasi halal.

Objek pada penelitian ini adalah pelaku usaha mikro sektor kuliner yang dimana dalam syariat Islam sudah jelas aturan tentang kehalalan produk sehingga dalam hal norma subjektif ini pelaku usaha memegang peranan dalam melihat fungsi dari keyakinan yang menentukan pelaku usaha untuk berpikir apakah dia harus atau tidak harus untuk mengajukan sertifikasi halal pada produk yang dijual dimana minat untuk mengajukan sertifikasi halal tersebut dipengaruhi dari kelompok tertentu.

Pada penelitian ini item pernyataan yang diberikan kepada responden pada variabel norma subjektif berkaitan dengan keyakinan dalam melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku berdasarkan harapan pihak lain. Pengaruh orang tua, orang-orang terdekat hingga teman seprofesi menjadi item pernyataan pada variabel norma subjektif. Tanggapan responden pada indikator yang ada pada variabel norma subjektif menunjukkan bahwa dorongan atau tekanan sosial dari orang-orang terdekat atau lingkungan sekitar tidak cukup kuat untuk dijadikan sebagai acuan bagi pelaku usaha mikro dalam mengajukan sertifikasi halal. Oleh karena itu, pada penelitian ini variabel norma subjektif tidak berpengaruh signifikan terhadap minat pelaku usaha mikro untuk mengajukan sertifikasi halal. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Mardoni et al., 2020) yang menemukan bahwa norma subjektif tidak berpengaruh signifikan terhadap niat penjual untuk menggunakan produk halal yang didasarkan pada tuntutan lingkungan sekitar.

3. Pengaruh Persepsi Kontrol Perilaku *(Perceived Behavior Control)* Terhadap Minat Pelaku Usaha Mikro dalam Mengajukan Sertifikasi Halal

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan pada penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi kontrol perilaku *(perceived behavior control)* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pelaku usaha mikro

dalam mengajukan sertifikasi halal. Hal ini menjelaskan bahwa saat kontrol perilaku meningkat maka akan dapat meningkatkan minat pelaku usaha mikro dalam memperoleh sertifikasi halal.

Dari perspektif Islam, kontrol perilaku erat kaitannya dengan pertimbangan yang matang mengenai suatu tindakan yang akan dilakukan oleh seseorang, yang menegaskan bahwa individu yang memiliki prinsip yang mampu untuk bertindak secara sempurna dianggap sudah memiliki kapasitas dan kemampuan penuh untuk bertindak dengan kesadaran penuh tanpa adanya paksaan dari pihak manapun. Oleh karena itu, mereka dalam hal ini pelaku umkm diharapkan mampu mengurus pendaftaran sertifikasi halal secara mandiri untuk produk yang mereka jual dengan penuh rasa tanggung jawab. Para pelaku usaha mikro dapat melakukan analisis dan penilaian yang diperlukan tanpa bantuan dari orang lain, meskipun selama proses pengurusan sertifikasi halal tersebut mereka dihadapkan dengan berbagai hambatan maupun tantangan. Dengan demikian, para pelaku usaha memiliki landasan untuk mengambil langkah-langkah yang diperlukan dalam memastikan produk mereka sesuai dengan standar halal yang ditetapkan, sekaligus memperkuat komitmen mereka terhadap kepercayaan konsumen.

Pada penelitian ini item pernyataan yang diberikan kepada responden meliputi kemudahan dalam mendapatkan informasi untuk mengajukan sertifikasi halal serta keyakinan bahwa pelaku usaha memiliki sumber daya dan biaya yang terpenuhi untuk membeli bahan pangan halal, sehingga hal tersebut menjadi faktor yang mendukung responden untuk mengajukan sertifikasi halal. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Nainggolan, 2022), yang menemukan bahwa persepsi kontrol perilaku mampu mempengaruhi minat pelaku umkm untuk mengajukan sertifikasi halal pada produk yang dijual.

4. Pengaruh Religiusitas Terhadap Minat Pelaku Usaha Mikro dalam Mengajukan Sertifikasi Halal

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan pada penelitian ini menunjukkan bahwa religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pelaku usaha mikro untuk mengajukan sertifikasi halal. Hal ini menjelaskan bahwa saat tingkat religiusitas meningkat maka akan dapat meningkatkan minat pelaku usaha untuk mengajukan sertifikasi halal.

Tingkat religiusitas seseorang dapat diukur berdasarkan seberapa tinggi atau rendah aspek-aspek religius yang ada pada individu. Tingkat religiusitas tidak hanya terbatas pada penilaian terhadap status halal atau haram dari suatu produk, tetapi juga mencakup sejauh mana individu tersebut mengabdikan diri kepada Tuhan dengan penuh keikhlasan dan kesungguhan. Oleh karena itu, religiusitas mencerminkan komitmen individu dalam menjalankan ajaran agama dengan sepenuh hati, yang meliputi tidak hanya kepatuhan terhadap hukum-hukum agama, tetapi juga ketulusan dalam beribadah dan berperilaku sesuai dengan nilai-nilai spiritual yang dianutnya. Dengan demikian, tingkat religiusitas seseorang mencerminkan sejauh mana individu tersebut menempatkan keyakinan dan praktik keagamaannya dalam kehidupan sehari-hari, serta bagaimana pengabdian kepada Tuhan menjadi landasan dalam setiap tindakan yang diambil.

Pada penelitian item pernyataan yang diberikan responden berupa keyakinan serta pengetahuan halal tentang produk yang dijual yang mencakup tingkat religiusitas responden. Tingkat religiusitas seseorang berperan penting dalam mempengaruhi minat pelaku usaha mikro untuk mengajukan sertifikasi halal. Pelaku usaha mikro yang memiliki tingkat religiusitas tinggi cenderung lebih termotivasi untuk memastikan kehalalan produk mereka sebagai bentuk pengabdian kepada Tuhan, kepatuhan

terhadap hukum agama, dan upaya untuk membangun kepercayaan konsumen yang dimana hal tersebut dapat mempengaruhi minat pelaku usaha mikro untuk mengajukan sertifikasi halal. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang ditemukan (Silalahi et al., 2022) menemukan bahwa religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat umkm untuk mengadopsi sertifikat halal.

Dalam penelitian ini, sikap dan norma subjektif tidak berpengaruh terhadap minat pelaku usaha mikro dalam mengajukan sertifikasi halal. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun para pelaku usaha mikro di Kabupaten Sleman telah memiliki sikap yang netral bahkan positif, namun hal tersebut tidak cukup kuat dalam mendorong minat pelaku usaha. Para pelaku usaha juga tidak merasakan adanya tekanan sosial yang signifikan untuk mengajukan sertifikasi halal. Serta faktor lain seperti kerumitan dalam proses sertifikasi serta tanggapan bahwa orang-orang disekitar mereka tidak terlalu peduli apakah mereka telah memiliki sertifikasi halal pada produk yang dijual atau belum.

Persepsi kontrol perilaku dan religiusitas berpengaruh terhadap minat pelaku usaha mikro dalam mengajukan sertifikasi halal, hal ini menunjukkan bahwa pelaku usaha merasa yakin dan mampu untuk mengatasi tantangan proses sertifikasi halal. Para pelaku usaha juga meyakini bahwa mendapatkan sertifikasi halal merupakan kewajiban dalam agama.

Ketika sikap dan norma subjektif tidak mempengaruhi minat pelaku usaha mikro dalam mengajukan sertifikasi halal, namun persepsi kontrol perilaku dan religiusitas berpengaruh, ini menunjukkan bahwa keputusan untuk mengajukan sertifikasi lebih banyak ditentukan oleh keyakinan individu mengenai kemampuan dan nilai-niai religius yang dianut para pelaku usaha. Dalam hal ini, faktor internal yakni persepsi kontrol perilaku dan religiusitas lebih dominan dalam membentuk minat para pelaku usaha

dibandingkan faktor eksternal seperti sikap dan tekanan sosial. Ini menunjukkan bahwa upaya untuk meningkatkan minat dalam mengajukan sertifikasi halal lebih efektif jika difokuskan pada peningkatan persepsi kontrol perilaku dan penguatan religiusitas.

BAB V
KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Penelitian yang berjudul "Determinan Minat Pelaku Usaha Mikro Di Kabupaten Sleman Dalam Mengajukan Sertifikasi Halal Dengan Pendekatan TPB Dan Religiusitas" menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan empat variabel bebas, yaitu sikap sikap (*attitude),* norma subjektif *(subjective norm),* persepsi kontrol perilaku *(perceived behavior control),*religiusitas dan satu variabel terikat yaitu minat pelaku usaha mikro untuk mengajukan sertifikasi halal. Berdasarkan analisis hasil penelitian melalui kuesioner pada 162 pelaku usaha mikro di bidang kuliner di Kabupaten Sleman, maka dapat ditarik Kesimpulan yakni sebagai berikut :

1. sikap (*attitude),* tidak berpengaruh positif terhadap minat pelaku usaha mikro untuk mengajukan sertifikasi halal. Hal ini terbukti dari nilai sampel asli sebesar -0.112 dan nilai *t-statistic* 1.390 < 1.96. Artinya, sikap (*attitude)* tidak mempengaruhi minat pelaku umkm untuk mengajukan sertifikasi halal.
2. norma subjektif *(subjective norm),* tidak berpengaruh positif terhadap minat pelaku usaha mikro untuk mengajukan sertifikasi halal. Hal ini terbukti dari nilai sampel asli sebesar -0.077 dan nilai *t-statistic* 1.344 < 1.96. Artinya, sikap (*attitude)* tidak mempengaruhi minat pelaku umkm untuk mengajukan sertifikasi halal.
3. persepsi kontrol perilaku *(perceived behavior control),* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pelaku usaha mikro untuk mengajukan sertifikasi halal. Hal ini terbukti dari nilai sampel asli sebesar 0.374 dan nilai *t-statistic* 4.452 > 1.96. Artinya, semakin tinggi persepsi kontrol perilaku pelaku umkm, maka akan semakin tinggi minat untuk mengajukan sertifikasi halal.
4. Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pelaku usaha mikro untuk mengajukan sertifikasi halal. Hal ini terbukti dari nilai sampel asli sebesar 0.528 dan nilai *t-statistic* 6.532 > 1.96. Artinya, semakin tinggi

tingkat religiusitas pelaku umkm, maka akan semakin tinggi minat untuk mengajukan sertifikasi halal.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka saran yang diberikan adalah sebagai berikut :

1. Agar minat pelaku usaha mikro untuk mengajukan sertifikasi halal meningkat maka sedapatnya lembaga halal memperhatikan faktor kontrol perilaku dan religiusitas dalam melakukan sosialisasi pentingnya sertifikasi halal.
2. Bagi peneliti selanjutnya agar melakukan penelitian yang lebih bervariatif terkait dengan minat pelaku usaha mikro yang telah ataupun yang belum melakukan sertifikasi halal dengan menggunakan faktor-faktor selain dari penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

Aisyah, D. I., Nurmalia, F., Nur Azizah, N. A., & Marlina, L. (2023). Analisis Pemahaman Sertifikasi Halal pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *Lab*, *7*(02), 107–121. https://doi.org/10.33507/lab.v7i02.1746

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, *50*(2), 179–211. https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T

Akim, A.-, Konety, N., Purnama, C., & Adilla, M. H. (2019). Pemahaman Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umkm) Di Jatinangor Terhadap Kewajiban Sertifikasi Halal Pada Produk Makanan. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *1*(1), 31. https://doi.org/10.24198/kumawula.v1i1.19258

Amin, N. F., Garancang, S., & Abunawas, K. (2023). Konsep Umum Populasi dan Sampel dalam Penelitian. *Jurnal Pilar*, *14*(1), 15–31.

Asiyah, S., & Hariri, H. (2021). Perilaku Konsumen Berdasarkan Religiusitas. *Perisai : Islamic Banking and Finance Journal*, *5*(2), 158–166. https://doi.org/10.21070/perisai.v5i2.1533

Asnawi, N., Sukoco, B. M., & Fanani, M. A. (2018). Halal products consumption in international chain restaurants among global Moslem consumers. *International Journal of Emerging Markets*, *13*(5), 1273–1290. https://doi.org/10.1108/IJoEM-11-2017-0495

Cindy Mutia Annur. (2023). 10 Negara dengan Populasi Muslim Terbanyak Dunia 2023, Indonesia Memimpin! *Databoks*, 2024. https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/10/19/10-negara-dengan-populasi-muslim-terbanyak-dunia-2023-indonesia-memimpin#:~:text=Indonesia%3A 240%2C62 juta jiwa,Bangladesh%3A 157%2C388 juta jiwa

Dawam, K., & Iswandi, A. (2023). Analysis of The Factors That Influence The

Perceptions of Culinary Business Owners Regarding Intention to Register For Halal Certificates. *Perisai : Islamic Banking and Finance Journal*, *7*(2), 143–176. https://doi.org/10.21070/perisai.v7i2.1663

Faridah, H. D. (2019). Halal certification in Indonesia; history, development, and implementation. *Journal of Halal Product and Research*, *2*(2), 68. https://doi.org/10.20473/jhpr.vol.2-issue.2.68-78

Firmansyah, D., & Dede. (2022). Teknik Pengambilan Sampel Umum dalam Metodologi Penelitian: Literature Review. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik (JIPH)*, *1*(2), 85–114. https://doi.org/10.55927/jiph.v1i2.937

Hair, J., & Alamer, A. (2022). Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) in second language and education research: Guidelines using an applied example. *Research Methods in Applied Linguistics*, *1*(3). https://doi.org/10.1016/j.rmal.2022.100027

Isnaini Nuraliyah, M., Adiba, E. M., & Amir, F. (2023). Keputusan Sertifikasi Halal oleh UMKM di Bangkalan. *Jurnal Tadbir Peradaban*, *3*(1), 1–9. https://doi.org/10.55182/jtp.v3i1.235

Jamsa Sumbalatu, W. B. P. & A. M. P. (2023). PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP LABEL HALAL PADA RESTORAN (Studi Kasus Di Restoran Simpang Raya Dan Restoran Dapur Siliwangi, Kecamatan Beji Kota Depok Jawa Barat). *Jurnal Pena Islam*, *3*(1), 25–34.

Kementerian Agama. (2022). Jumlah Penerbitan Sertifikat Halal Menurut Skala Usaha. *Satu Data Kementerian Agama RI*.

Khairunnisa, A. H., Ningrum, J. W., Huda, N., & Rini, N. (2020). Pengaruh Brand Awareness dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Menyalurkan Zakat dan Donasi Melalui Tokopedia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, *6*(2), 284. https://doi.org/10.29040/jiei.v6i2.761

Kurniawati, putri. (2017). kurniawati. *Universitas Nusantara PGRI Kediri*, *01*, 1–7.

Lubis, F. M., Kamal Rokan, M., & Dharma, B. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pelaku Usaha Kuliner Dalam Menggunakan Sertifikasi Halal : Studi Kasus Rumah Makan di Kota Medan. *Jurnal Ilmu Manajemen*,

Bisnis Dan Ekonomi (JIMBE), *1*(3), 233–240. https://malaqbipublisher.com/index.php/JIMBE/article/view/93

Mardoni, Y., Hadziq, F., & Amsal, A. A. (2020). *Predicting Intention of Halal Product Usage Among Food Seller Using Theory of Planned Behavior*. *143*(Isbest 2019), 77–82. https://doi.org/10.2991/aebmr.k.200522.016

Maullah, S., & Rofiuddin, M. (2021). Mengukur minat berwirausaha dengan menggunakan pendekatan theory of planned behavior dan religiusitas. *Journal of Management and Digital Business*, *1*(2), 105–121. https://doi.org/10.53088/jmdb.v1i2.49

Nainggolan, Y. T. (2022). *PENDEKATAN THEORY OF PLANNED BEHAVIOR DALAM MELAKUKAN SERTIFIKASI HALAL BAGI PELAKU UMKM SEKTOR HALAL FOOD DI KABUPATEN BANGKALAN*. *11*(2), 465–470.

Najtama, F. (2018). RELIGIUSITAS DAN KEHIDUPAN SOSIAL KEAGAMAAN. *Tasamuh: Jurnal Studi Islam*, *9*(2), 421–450. https://doi.org/10.32489/tasamuh.214

Nurani, N., Nursjanti, F., & Munawar, F. (2020). Penyuluhan Sertifikasi Halal Bagi UMKM Jawa Barat Pada Situasi Pandemi Covid-19. *Madaniya*, *1*(3), 126–139. https://madaniya.pustaka.my.id/journals/contents/article/view/24

Octaviany, V., & Mohammad Arif, R. (2023). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Kesuksesan Proyek Kerjasama Pemerintah Badan Usaha (KPBU) Berkelanjutan di Jalan Tol Menggunakan Metode PLS-SEM. *Jurnal Aplikasi Teknik Sipil*, *21*(3), 275. https://doi.org/10.12962/j2579-891x.v21i3.17517

Oemar, H., Prasetyaningsih, E., Bakar, S. Z. A., Djamaludin, D., & Septiani, A. (2022). Awareness and intention to register halal certification of micro and small-scale food enterprises. *F1000Research*, *11*. https://doi.org/10.12688/f1000research.75968.2

Pemerintah Indonesia. (2021). *Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 07 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Pelindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*. *086507*, 1–121.

Pranatawijaya, V. H., Raya, U. P., Widiatry, W., Raya, U. P., Priskila, R., Raya,

U. P., Bagus, P., Anughra, A., & Raya, U. P. (2019). *Penerapan Skala Likert dan Skala Dikotomi Pada Kuesioner Online Pengembangan Aplikasi Kuesioner Survey Berbasis Web Menggunakan Skala Likert dan Guttman*. *April 2020*. https://doi.org/10.34128/jsi.v5i2.185

Putri Fatmawati. (2023). Analisis Religiusitas, Kesadaran Halal, Literasi Halal, Dan Niat Berperilaku Dalam Memprediksi Pelaku UMKM Melakukan Sertifikasi Halal Di Kabupaten Bangkalan. *Jurnal Ekonomi Syariah Dan Bisnis*, *6*(1), 76–88. http://ejournal.unma.ac.id/index.php/Mr/index76

Rahadi, D. R. (2023). Pengantar Partial Least Squares Structural Equation Model (PLS-SEM). *CV. Lentera Ilmu Madani*, *August*.

Rizaty, M. A. (2021). Skor Indeks Makanan Halal Indonesia Peringkat 4 di Dunia. *Databoks*, 2020–2021. https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/09/06/skor-indeks-makanan-halal-indonesia-peringkat-4-di-dunia#:~:text=Berdasarkan laporan State of the,dengan skor 125%2C2 poin.

Rosita, A., Suzaini, S., Takwa, W. H., & Hasan, Z. (2023). Implementasi Sertifikasi Halal Pada Produk Makanan Dan Minuman Umkm Di Kecamatan Bantan Kabupaten Bengkalis. *PRIMER : Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, *1*(2), 92–97. https://doi.org/10.55681/primer.v1i2.54

Sakdiyah, L., Effendi, R., & Kustono, A. S. (2019). Analisis Penerimaan Penggunaan E-Learning dengan Pendekatan Theory of Planned Behavior (TPB) pada Mahasiswa Akuntansi Universitas Jember. *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, *6*(2), 120. https://doi.org/10.19184/ejeba.v6i2.11151

Sari, S. N., Trihantana, R., & Putra, B. P. (2021). sari. *Sahid Business Journal*, *1*(1), 92–103.

Sertifikasi, M., Produk, H., Di, U., Balikpapan, K., Harbit, A. A., & Syafrida, I. (2022). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pelaku Usaha Untuk*.

Silalahi, S. A. F., Fachrurazi, F., & Fahham, A. M. (2022). Factors affecting intention to adopt halal practices: case study of Indonesian small and medium enterprises. *Journal of Islamic Marketing*, *13*(6), 1244–1263. https://doi.org/10.1108/JIMA-05-2020-0152

Syahputri, A. Z., Fallenia, F. Della, & Syafitri, R. (2023). *Kerangka Berfikir Penelitian Kuantitatif*.

Utama, F. R., & Ardana, Y. (2022). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa untuk Mengikuti Ujian Chartered Accountant dengan Pendekatan TPB (Factors Affecting Students ' Interest in Taking the Chartered Accountant Exam with the TPB Approach)*. *1*(2), 71–83.

Warto, W., & Samsuri, S. (2020). Sertifikasi Halal dan Implikasinya Bagi Bisnis Produk Halal di Indonesia. *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking*, *2*(1), 98. https://doi.org/10.31000/almaal.v2i1.2803

Yam, J. H., & Taufik, R. (2021). Hipotesis Penelitian Kuantitatif. *Perspektif : Jurnal Ilmu Administrasi*, *3*(2), 96–102. https://doi.org/10.33592/perspektif.v3i2.1540

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1

KUESIONER PENELITIAN

Perkenalkan saya Siti Nur Aida Zahra mahasiswi Program Studi Ekonomi Islam Universitas Islam Indonesia. Saat ini saya sedang melakukan penelitian dengan judul **"Determinan Minat Pelaku Usaha Mikro Di Kabupaten Sleman Dalam Mengajukan Sertifikasi Halal Dengan Pendekatan TPB Dan Religiusitas"** guna menyelesaikan tugas akhir.

Sehubung hal tersebut, saya memerlukan responden dengan kriteria sebagai berikut :

1. Pelaku Usaha Mikro di Bidang Kuliner di Kabupaten Sleman
2. Belum mengajukan/memiliki sertifikasi halal

Apabila saudara/i memenuhi kriteria tersebut, saya mohon kesediaanya untuk mengisi kuesioner penelitian ini.

Saya ucapkan terima kasih atas kesediaan dan waktu saudara/i untuk berpartisipasi dalam mengisi kuesioner ini.

Wassalamu'alaikum wr.wb

A. PERNYATAAN KESEDIAAN

apakah anda bersedia untuk menjadi responden penelitian ini? (Adapun informasi yang anda isikan adalah bersifat rahasia dan tidak akan disebarluaskan dengan alasan apapun).

□Bersedia

□Tidak Bersedia

B. **IDENTITAS RESPONDEN**

Data diisi sesuai dengan responden dan data ini hanya digunakan untuk kepentingan penelitian bukan untuk kepentingan lain.

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : □ Laki - laki □ Perempuan
3. Usia : □ 20-25 Tahun □ 31-35Tahun
   □ 26-30 Tahun □36-40 Tahun
   □ >40 Tahun
4. Pendidikan Terakhir : □ SD/ Sederajat □ SMP/ Sederajat
   □ SMA/ Sederajat □ D1/D2/D3
   □ S1/S2/S3

C. PROFIL USAHA

1. Nama Usaha :

D. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Skor	Penilaian	Keterangan
1	STS	Sangat Tidak Setuju
2	TS	Tidak Setuju
3	N	Netral
4	S	Setuju
5	SS	Sangat Setuju

E. Item Pernyataan Kuesioner

Variabel	Pernyataan	Skor				
		1	2	3	4	5
Sikap (*attitude*)	1. Status kehalalan suatu produk penting bagi saya					
	2. Saya tahu persis status kehalalan semua bahan yang saya gunakan (termasuk bahan utama dan pendukung)					
	3. Saya yakin produk halal lebih menarik konsumen					
	4. Saya yakin produk halal dapat menjamin kebaikan dan keamanan konsumen					
	5. Kepuasan konsumen penting bagi saya					
Norma Subjektif (*Subjective Norm*)	1. Keluarga saya menasehati saya bahwa saya harus memastikan status halalnya produk yang saya jual					
	2. Orang-orang disekitar saya menyarankan agar saya memastikan status halal produk yang saya jual					

	3. Teman-teman seprofesi menyarankan agar saya memastikan status halal produk yang saya jual					
	4. Teman terdekat saya menyarankan agar saya memastikan status halal produk yang saya jual					
Persepsi Kontrol Perilaku (*Perceived Behavior Conrol*)	1. Saya merasa mendapatkan kemudahan dalam mengajukan sertifikasi halal					
	2. Saya merasa mendapatkan kepercayaan dari konsumen apabila memiliki sertifikasi halal pada produk saya					
	3. Saya memiliki langganan pemasok yang murah untuk mendapatkan bahan-bahan baku yang halal					
	4. Saya mampu membeli bahan-bahan halal					
Religiusitas	1. Sebagai pelaku UMKM saya mengetahui larangan dalam agama terutama dalam proses produksi					
	2. Saya yakin bahwa produk yang saya gunakan dalam memproduksi adalah bahan baku halal					

	3. Saya merasa takut saat tidak mengetahui hukum dari bahan produk yang di produksi					
	4. Keyakinan agama mengharuskan saya mengkonsumsi dan memproduksi makanan yang halal					
	5. Saya mengetahui bahan yang digunakan dalam produk termasuk bahan baku dan tambahan serta memahami tentang halal dan haram dalam penggunaannya					
	6. Sertifikasi halal membut saya terlindungi dari hal-hal yang haram					
Minat pelaku usaha untuk mengajukan sertifikasi halal	1. Meskipun saya yakin bahan yang digunakan halal, saya tetap akan bertanggung jawab atas sertifikasi halal produk saya					
	2. Saya bersedia melakukan sertifikasi halal					
	3. Saya akan menerapkan sistem jaminan halal pada bisnis yang saya jalani					
	4. Saya menyadari peraturan pemerintah tentang kewajiban bersertifikasi halal pada setiap					

	produk yang beredar oleh karena itu saya akan mendaftarkan produk saya untuk mendapatkan sertifikasi halal dengan memenuhi kriteria kualitas halal.					

LAMPIRAN 2
TABULASI DATA RESPONDEN

1. X1. Variabel Sikap *(attitude)*

NO	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	TOTAL
1	4	5	4	4	4	21
2	4	5	5	4	4	22
3	5	5	5	5	5	25
4	5	4	4	5	5	23
5	5	5	4	5	5	24
6	5	4	5	5	5	24
7	4	4	4	4	4	20
8	5	5	5	5	5	25
9	5	4	4	5	5	23
10	5	5	5	5	5	25
11	4	5	4	4	4	21
12	5	5	5	5	5	25
13	5	5	5	5	5	25
14	5	5	5	5	5	25
15	5	5	5	5	5	25
16	3	3	3	3	3	15
17	5	5	5	5	5	25
18	5	4	5	5	4	23
19	5	5	5	5	5	25
20	5	4	4	5	5	23
21	5	5	5	5	5	25
22	4	4	4	4	4	20
23	5	5	5	5	5	25
24	5	5	5	5	5	25
25	5	5	5	5	5	25
26	4	4	5	4	4	21
27	5	5	4	4	4	22
28	5	4	5	4	4	22
29	5	4	4	4	4	21
30	5	5	5	4	5	24
31	5	5	5	4	5	24
32	4	5	4	5	4	22
33	4	5	5	4	5	23
34	4	5	4	4	5	22

35	5	5	4	4	5	23
36	4	4	5	5	4	22
37	4	5	4	5	4	22
38	4	5	4	5	5	23
39	4	5	5	4	5	23
40	5	5	5	4	4	23
41	5	4	4	4	4	21
42	5	5	5	4	4	23
43	5	4	4	4	5	22
44	5	4	4	4	5	22
45	5	4	5	4	5	23
46	5	4	5	4	5	23
47	4	5	5	4	4	22
48	5	4	4	5	4	22
49	4	5	5	5	4	23
50	5	4	5	5	5	24
51	5	4	4	4	4	21
52	4	4	4	4	5	21
53	5	5	5	5	5	25
54	4	4	5	4	4	21
55	4	4	4	4	4	20
56	5	4	4	4	5	22
57	4	5	5	4	4	22
58	5	5	4	5	4	23
59	5	5	5	5	5	25
60	5	5	5	4	4	23
61	5	4	4	5	4	22
62	5	4	5	5	5	24
63	5	5	5	5	5	25
64	5	4	4	4	4	21
65	5	5	5	5	5	25
66	5	4	4	5	5	23
67	4	4	4	4	4	20
68	5	5	5	5	5	25
69	4	4	5	4	4	21
70	5	5	5	5	5	25
71	4	4	4	5	5	22
72	4	4	4	4	5	21
73	4	4	5	5	5	23
74	4	5	5	5	5	24
75	4	4	5	5	5	23

76	4	4	4	4	5	21
77	4	4	5	4	4	21
78	4	4	4	4	4	20
79	4	4	4	4	4	20
80	4	4	5	5	4	22
81	5	5	5	5	5	25
82	5	5	5	4	5	24
83	4	4	4	4	4	20
84	4	4	5	5	5	23
85	4	4	4	4	4	20
86	4	4	4	4	5	21
87	4	5	5	4	4	22
88	5	5	5	5	5	25
89	4	4	4	4	4	20
90	4	4	4	4	5	21
91	5	4	5	4	4	22
92	5	5	5	5	5	25
93	5	5	5	5	5	25
94	5	5	5	5	5	25
95	5	4	5	5	5	24
96	5	5	4	4	4	22
97	4	4	5	5	5	23
98	4	4	5	5	5	23
99	5	5	5	5	5	25
100	5	5	5	5	5	25
101	5	5	3	4	5	22
102	5	5	5	5	5	25
103	5	5	5	5	5	25
104	5	5	5	5	5	25
105	5	5	5	5	5	25
106	5	5	5	5	5	25
107	5	5	5	5	5	25
108	5	5	5	5	5	25
109	5	5	5	5	5	25
110	4	4	4	4	4	20
111	5	5	5	5	5	25
112	5	5	5	5	5	25
113	5	5	5	5	5	25
114	5	5	5	5	5	25
115	5	5	4	4	5	23
116	5	5	5	5	5	25

117	4	4	4	5	5	22
118	5	5	5	5	5	25
119	5	5	4	4	5	23
120	5	5	5	5	5	25
121	5	5	5	5	5	25
122	5	5	5	5	5	25
123	5	5	4	4	5	23
124	5	5	5	5	5	25
125	5	5	5	5	5	25
126	5	5	5	5	5	25
127	4	4	4	4	5	21
128	5	5	5	5	5	25
129	5	5	5	5	5	25
130	5	5	5	5	5	25
131	4	5	3	4	5	21
132	5	5	5	5	5	25
133	5	5	5	5	5	25
134	5	5	5	5	5	25
135	5	5	5	5	5	25
136	5	5	5	5	5	25
137	4	4	4	4	5	21
138	5	5	5	5	5	25
139	5	5	5	5	5	25
140	5	5	5	5	5	25
141	4	5	3	3	5	20
142	5	5	3	5	5	23
143	5	5	5	5	5	25
144	5	5	5	5	5	25
145	5	5	5	5	5	25
146	5	5	5	5	5	25
147	5	5	5	5	5	25
148	4	4	4	4	4	20
149	5	5	4	4	5	23
150	5	5	5	5	5	25
151	5	5	4	4	5	23
152	4	4	5	5	5	23
153	5	5	5	5	5	25
154	5	5	5	4	5	24
155	5	5	5	5	5	25
156	5	5	5	5	5	25
157	5	5	5	5	5	25

158	5	5	5	5	5	25
159	5	4	4	5	4	22
160	5	5	5	5	5	25
161	4	4	5	5	4	22
162	4	5	3	3	5	20

2. X2. Variabel Norma Subjektif (*Subjective Norm*)

NO	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	TOTAL
1	4	4	4	4	16
2	5	5	4	4	18
3	5	4	4	4	17
4	5	5	5	4	19
5	4	4	4	5	17
6	5	4	4	5	18
7	4	4	4	4	16
8	5	5	5	5	20
9	3	4	3	4	14
10	5	4	5	4	18
11	3	4	4	4	15
12	4	4	4	4	16
13	5	5	5	5	20
14	5	5	5	5	20
15	4	4	4	4	16
16	3	3	3	3	12
17	3	3	3	3	12
18	4	4	4	4	16
19	5	5	5	5	20
20	3	3	3	3	12
21	5	5	5	5	20
22	4	4	4	4	16
23	5	4	4	4	17
24	4	3	4	4	15
25	5	5	5	5	20
26	4	3	3	4	14
27	4	4	4	4	16
28	5	4	4	4	17
29	5	4	5	4	18
30	3	3	4	4	14
31	4	4	4	4	16

32	5	5	5	5	20
33	5	5	4	4	18
34	4	4	4	5	17
35	4	4	4	4	16
36	4	4	5	5	18
37	4	4	3	4	15
38	4	4	4	4	16
39	4	5	5	4	18
40	4	4	4	4	16
41	4	4	5	5	18
42	5	5	5	5	20
43	4	4	5	4	17
44	4	4	5	4	17
45	4	4	4	4	16
46	4	4	5	4	17
47	5	3	3	3	14
48	4	4	4	4	16
49	4	3	3	4	14
50	3	4	4	4	15
51	5	4	5	5	19
52	3	4	4	4	15
53	4	4	4	4	16
54	5	4	4	4	17
55	4	4	4	4	16
56	4	5	4	4	17
57	4	4	4	4	16
58	5	4	4	5	18
59	4	4	4	4	16
60	3	3	3	3	12
61	4	4	4	4	16
62	5	5	4	4	18
63	4	4	4	4	16
64	4	4	4	4	16
65	5	5	5	5	20
66	5	4	4	3	16
67	5	5	4	4	18
68	4	4	4	4	16
69	4	4	4	4	16
70	5	5	5	5	20
71	3	3	3	3	12
72	4	4	4	4	16

73	3	4	4	3	14
74	3	3	4	4	14
75	4	4	4	4	16
76	5	3	3	3	14
77	4	4	5	5	18
78	3	4	4	3	14
79	3	3	3	3	12
80	4	3	3	4	14
81	3	3	4	4	14
82	4	5	3	3	15
83	4	4	4	4	16
84	4	4	4	4	16
85	3	3	4	3	13
86	5	4	4	5	18
87	4	3	4	4	15
88	5	5	5	5	20
89	4	4	4	4	16
90	4	5	4	4	17
91	4	3	3	3	13
92	5	5	5	5	20
93	3	3	4	4	14
94	5	5	5	5	20
95	4	5	5	5	19
96	3	3	4	4	14
97	4	4	4	4	16
98	3	3	4	3	13
99	4	4	4	4	16
100	5	5	5	5	20
101	3	3	4	3	13
102	2	2	3	2	9
103	5	5	5	5	20
104	4	4	5	3	16
105	5	5	5	5	20
106	5	5	5	5	20
107	5	4	4	4	17
108	5	5	5	5	20
109	4	4	4	4	16
110	4	4	4	4	16
111	4	4	4	4	16
112	5	5	5	5	20
113	5	5	5	5	20

114	5	5	5	5	20
115	3	3	3	3	12
116	5	5	5	5	20
117	4	4	4	4	16
118	5	5	5	5	20
119	3	3	3	3	12
120	5	5	5	5	20
121	4	4	4	4	16
122	5	5	5	5	20
123	4	4	4	4	16
124	5	5	5	5	20
125	4	4	4	4	16
126	5	5	5	5	20
127	4	4	4	4	16
128	4	4	5	4	17
129	4	5	5	5	19
130	5	5	5	5	20
131	3	3	4	3	13
132	5	5	5	5	20
133	4	4	4	4	16
134	4	4	4	4	16
135	5	5	5	5	20
136	5	5	5	5	20
137	4	4	4	4	16
138	5	5	5	5	20
139	5	5	5	5	20
140	5	5	5	5	20
141	3	3	3	3	12
142	4	4	4	4	16
143	5	5	5	5	20
144	5	5	5	5	20
145	5	5	5	5	20
146	5	5	5	5	20
147	5	5	5	5	20
148	4	4	4	4	16
149	5	5	5	5	20
150	5	5	5	5	20
151	5	5	5	5	20
152	5	5	5	5	20
153	5	5	5	5	20
154	3	3	5	5	16

155	5	5	5	5	20
156	3	4	5	5	17
157	5	5	5	5	20
158	5	5	5	5	20
159	5	4	5	4	18
160	3	3	3	3	12
161	3	3	5	5	16
162	3	3	4	4	14

3. X3. Variabel Persepsi Kontrol Perilaku (*Perceived Behavior Conrol*)

NO	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	TOTAL
1	4	4	4	4	16
2	4	4	4	4	16
3	3	4	5	5	17
4	4	4	4	5	17
5	2	5	4	4	15
6	5	5	5	5	20
7	4	3	4	4	15
8	5	5	5	5	20
9	4	5	4	5	18
10	5	5	5	5	20
11	4	5	4	5	18
12	5	5	5	5	20
13	5	5	5	5	20
14	5	5	5	5	20
15	5	4	5	5	19
16	3	3	3	3	12
17	2	3	4	5	14
18	3	5	4	5	17
19	5	5	5	5	20
20	5	5	5	5	20
21	5	5	5	5	20
22	3	4	4	4	15
23	2	5	5	5	17
24	2	4	5	5	16
25	5	5	5	5	20
26	4	5	4	4	17

27	3	4	4	4	15
28	4	5	4	4	17
29	4	3	4	4	15
30	4	4	5	5	18
31	4	5	5	5	19
32	5	4	5	5	19
33	5	4	5	4	18
34	5	5	5	4	19
35	4	3	4	5	16
36	4	4	5	5	18
37	4	5	5	5	19
38	4	4	5	5	18
39	3	3	5	5	16
40	4	5	5	4	18
41	4	4	4	4	16
42	5	4	4	5	18
43	5	4	5	5	19
44	4	5	5	4	18
45	5	5	5	5	20
46	4	5	5	5	19
47	3	4	4	5	16
48	4	4	5	4	17
49	3	5	5	4	17
50	3	4	5	4	16
51	4	4	4	5	17
52	4	4	4	5	17
53	3	4	5	5	17
54	5	5	4	4	18
55	4	5	5	5	19
56	4	5	5	5	19
57	5	5	5	5	20
58	4	5	5	5	19
59	3	4	5	5	17
60	5	5	5	5	20
61	4	5	5	5	19
62	3	4	5	5	17
63	4	5	4	4	17
64	4	4	5	5	18
65	3	4	5	5	17
66	3	4	5	5	17
67	4	4	5	5	18

68	3	3	4	5	15
69	4	5	5	5	19
70	5	5	5	5	20
71	5	5	5	5	20
72	2	4	4	4	14
73	3	4	5	5	17
74	3	5	5	5	18
75	4	5	4	4	17
76	3	5	5	5	18
77	4	4	4	4	16
78	4	5	5	5	19
79	5	5	5	5	20
80	5	5	5	4	19
81	4	4	4	4	16
82	4	4	5	5	18
83	4	4	4	4	16
84	4	5	5	5	19
85	2	3	5	5	15
86	3	3	3	5	14
87	2	4	4	4	14
88	5	5	5	5	20
89	4	4	4	4	16
90	4	4	4	5	17
91	4	4	4	5	17
92	5	5	5	5	20
93	2	4	4	4	14
94	5	5	5	5	20
95	4	5	5	4	18
96	2	4	4	4	14
97	4	4	4	4	16
98	2	4	4	4	14
99	5	5	5	5	20
100	5	5	5	5	20
101	2	4	5	5	16
102	2	3	5	5	15
103	5	5	5	5	20
104	3	4	5	5	17
105	5	5	5	5	20
106	5	5	5	5	20
107	4	4	4	4	16
108	3	5	5	5	18

109	3	4	4	4	15
110	4	4	4	4	16
111	4	4	4	4	16
112	5	5	5	5	20
113	5	5	5	5	20
114	4	4	4	4	16
115	2	4	4	5	15
116	5	5	5	5	20
117	3	4	5	5	17
118	5	5	5	5	20
119	2	3	4	5	14
120	5	5	5	5	20
121	4	5	5	5	19
122	5	5	5	5	20
123	4	5	5	5	19
124	5	5	5	5	20
125	3	4	5	5	17
126	5	5	5	5	20
127	4	4	5	5	18
128	4	4	5	5	18
129	5	5	5	5	20
130	5	5	5	5	20
131	2	4	5	5	16
132	5	5	5	5	20
133	4	4	4	4	16
134	5	5	5	5	20
135	5	5	5	5	20
136	5	5	5	5	20
137	4	4	5	5	18
138	5	5	5	5	20
139	5	5	5	5	20
140	5	5	5	5	20
141	2	3	5	5	15
142	3	5	5	5	18
143	5	5	5	5	20
144	5	5	5	5	20
145	5	5	5	5	20
146	5	5	5	5	20
147	5	5	5	5	20
148	4	4	4	4	16
149	5	5	5	5	20

150	5	5	5	5	20
151	5	5	5	5	20
152	5	5	5	5	20
153	5	5	5	5	20
154	4	5	5	5	19
155	5	5	5	5	20
156	5	5	5	5	20
157	5	5	5	5	20
158	5	5	5	5	20
159	1	3	4	4	12
160	3	4	5	5	17
161	1	4	5	5	15
162	2	4	5	5	16

4. X4, Variabel Religiusitas

NO	X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	X4.6	TOTAL
1	4	4	4	4	4	4	24
2	4	4	4	4	4	4	24
3	5	5	5	5	5	5	30
4	4	5	4	4	4	5	26
5	4	2	4	4	4	4	22
6	5	5	5	5	5	5	30
7	4	1	3	4	4	4	20
8	5	5	5	5	5	5	30
9	5	4	4	4	3	4	24
10	5	5	5	5	5	5	30
11	4	5	4	4	4	4	25
12	5	5	5	5	5	5	30
13	5	5	5	5	5	5	30
14	5	5	5	5	5	5	30
15	4	4	4	5	4	5	26
16	2	5	5	3	5	3	23
17	5	5	5	5	4	5	29
18	4	4	4	4	4	4	24
19	5	5	5	5	5	5	30
20	5	5	5	5	5	5	30
21	5	5	5	5	5	5	30
22	4	4	4	4	4	4	24
23	5	5	5	5	5	5	30

24	3	3	3	5	5	5	24
25	5	5	5	5	5	5	30
26	4	4	4	4	4	4	24
27	4	4	4	4	4	4	24
28	4	4	5	4	4	4	25
29	5	5	4	5	4	4	27
30	5	5	5	4	4	5	28
31	4	4	4	4	4	5	25
32	5	4	3	5	5	4	26
33	5	4	4	5	5	4	27
34	4	5	4	5	4	4	26
35	4	4	4	5	5	4	26
36	5	5	3	4	4	5	26
37	4	4	5	4	4	5	26
38	5	4	5	4	4	5	27
39	4	5	4	5	4	3	25
40	4	5	4	5	5	4	27
41	4	4	3	4	5	5	25
42	4	4	4	4	5	4	25
43	5	4	4	5	4	4	26
44	4	4	4	5	5	5	27
45	5	5	4	4	5	4	27
46	5	4	4	3	5	5	26
47	4	5	5	4	4	4	26
48	5	4	4	5	5	5	28
49	5	5	4	4	4	3	25
50	5	4	4	5	4	5	27
51	4	4	4	5	5	4	26
52	5	4	4	4	4	4	25
53	5	5	5	5	5	4	29
54	4	4	4	5	4	4	25
55	5	5	5	5	5	5	30
56	5	4	4	5	4	4	26
57	5	4	3	4	5	4	25
58	4	4	5	5	4	4	26
59	5	5	4	5	4	4	27
60	5	4	5	4	4	4	26
61	5	4	4	4	4	4	25
62	5	5	4	4	4	5	27
63	4	4	5	4	5	4	26
64	5	5	5	4	5	4	28

65	5	5	5	5	5	5	30
66	5	4	4	4	4	4	25
67	5	4	5	4	4	5	27
68	5	5	4	4	4	4	26
69	4	4	4	4	4	4	24
70	5	5	5	5	5	5	30
71	4	4	4	5	5	5	27
72	4	4	4	4	4	4	24
73	4	4	4	4	4	3	23
74	5	5	5	5	5	5	30
75	5	5	5	5	5	5	30
76	5	4	5	5	5	4	28
77	5	5	5	5	5	5	30
78	4	4	4	4	4	5	25
79	4	4	4	4	5	5	26
80	4	4	4	5	5	5	27
81	5	5	5	5	5	5	30
82	4	4	4	5	5	4	26
83	4	4	4	4	4	4	24
84	4	4	4	4	4	5	25
85	5	5	5	5	5	5	30
86	4	5	4	5	5	4	27
87	4	4	4	4	4	4	24
88	5	5	5	5	5	5	30
89	4	4	4	4	4	4	24
90	4	5	4	4	4	5	26
91	5	4	4	4	5	5	27
92	4	4	4	4	4	4	24
93	4	4	4	4	4	4	24
94	5	5	5	5	5	5	30
95	4	4	4	5	4	2	23
96	4	4	4	4	4	4	24
97	4	5	5	5	5	5	29
98	4	4	4	4	4	4	24
99	5	5	5	5	5	5	30
100	5	5	5	5	5	5	30
101	5	5	5	5	5	5	30
102	5	5	5	5	5	5	30
103	5	5	5	5	5	5	30
104	5	5	5	5	5	5	30
105	5	5	5	5	5	5	30

106	5	5	5	5	5	5	30
107	4	4	4	4	4	4	24
108	5	5	5	5	5	5	30
109	4	4	4	4	4	4	24
110	4	4	4	4	4	4	24
111	5	5	5	5	5	5	30
112	5	5	5	5	5	5	30
113	4	4	4	4	4	5	25
114	4	4	5	5	5	5	28
115	5	5	5	5	5	5	30
116	5	5	5	5	5	5	30
117	5	5	5	5	5	5	30
118	5	5	5	5	5	5	30
119	4	4	4	4	4	4	24
120	5	5	5	5	5	5	30
121	5	5	5	5	5	5	30
122	5	5	5	5	5	5	30
123	5	5	5	5	5	5	30
124	5	5	5	5	5	5	30
125	5	5	5	5	5	5	30
126	5	5	5	5	5	5	30
127	5	5	5	5	5	5	30
128	5	5	5	5	5	5	30
129	5	5	5	5	5	5	30
130	5	5	5	5	5	5	30
131	5	5	5	5	5	5	30
132	5	4	5	5	5	5	29
133	5	5	5	5	5	5	30
134	5	5	5	5	5	5	30
135	5	5	5	5	5	5	30
136	5	5	5	5	5	5	30
137	4	4	4	4	4	4	24
138	5	5	5	5	5	5	30
139	5	5	5	5	5	5	30
140	5	5	5	5	5	5	30
141	5	5	5	5	5	5	30
142	5	5	5	5	5	5	30
143	5	5	5	5	5	5	30
144	5	5	5	5	5	5	30
145	5	5	5	5	5	5	30
146	5	5	5	5	5	5	30

147	5	5	5	5	5	5	30
148	4	4	4	5	5	5	27
149	5	5	5	5	5	5	30
150	5	5	5	5	5	5	30
151	5	5	5	5	5	5	30
152	5	5	5	5	5	5	30
153	5	5	5	5	5	5	30
154	5	5	5	5	5	5	30
155	5	5	5	4	4	4	27
156	5	5	5	5	5	5	30
157	5	5	5	5	5	5	30
158	5	5	5	5	5	5	30
159	5	5	4	5	4	4	27
160	5	5	5	5	5	5	30
161	5	5	5	5	5	5	30
162	5	5	5	5	5	5	30

5. Variabel Y Minat Pelaku UMKM

NO	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	TOTAL
1	4	4	4	4	16
2	3	4	3	4	14
3	4	3	4	5	16
4	4	4	4	4	16
5	4	4	4	4	16
6	4	5	5	5	19
7	4	4	4	3	15
8	5	5	5	5	20
9	4	4	4	4	16
10	5	5	5	5	20
11	4	5	5	5	19
12	5	5	5	5	20
13	5	5	5	5	20
14	5	5	5	5	20
15	5	5	5	5	20
16	4	4	5	5	18
17	4	4	4	4	16
18	5	5	5	5	20
19	5	5	5	5	20
20	5	5	5	5	20

21	5	5	5	5	20
22	4	4	4	4	16
23	5	5	5	5	20
24	5	5	5	5	20
25	5	5	5	5	20
26	4	5	4	4	17
27	4	4	5	4	17
28	5	5	4	5	19
29	4	5	5	4	18
30	4	4	5	5	18
31	5	5	5	5	20
32	4	5	4	5	18
33	4	4	4	5	17
34	5	4	4	5	18
35	4	4	5	5	18
36	5	4	4	4	17
37	4	4	5	5	18
38	5	5	4	5	19
39	5	5	4	5	19
40	4	5	5	5	19
41	4	4	4	5	17
42	5	4	5	5	19
43	5	5	4	5	19
44	4	4	4	5	17
45	4	5	5	5	19
46	4	5	5	5	19
47	4	4	5	4	17
48	5	5	5	5	20
49	4	5	4	4	17
50	5	4	5	5	19
51	4	4	5	5	18
52	4	5	5	5	19
53	4	5	5	5	19
54	5	4	4	5	18
55	5	5	5	5	20
56	5	4	5	5	19
57	4	4	5	5	18
58	5	5	4	5	19
59	5	4	5	5	19
60	5	5	5	5	20
61	4	5	5	5	19

62	5	5	5	5	20
63	4	4	5	5	18
64	4	5	5	5	19
65	5	5	5	5	20
66	5	5	5	5	20
67	4	5	5	5	19
68	5	5	5	5	20
69	5	5	5	5	20
70	5	5	5	5	20
71	5	5	5	5	20
72	5	5	5	5	20
73	4	4	5	5	18
74	5	5	5	5	20
75	5	5	5	5	20
76	4	5	4	5	18
77	4	4	4	5	17
78	5	5	5	5	20
79	5	5	5	5	20
80	5	5	5	5	20
81	4	4	4	5	17
82	5	5	5	5	20
83	4	4	4	5	17
84	5	5	5	5	20
85	5	5	5	5	20
86	5	5	5	5	20
87	4	4	4	4	16
88	5	5	5	5	20
89	4	4	4	4	16
90	5	4	5	5	19
91	5	5	5	5	20
92	4	4	4	4	16
93	4	4	4	4	16
94	5	5	5	5	20
95	4	5	4	4	17
96	4	4	4	4	16
97	5	5	5	5	20
98	4	4	4	4	16
99	5	5	5	5	20
100	5	5	5	5	20
101	5	5	5	5	20
102	5	5	5	5	20

103	5	5	5	5	20
104	5	5	5	5	20
105	5	5	5	5	20
106	5	5	5	5	20
107	4	4	4	4	16
108	5	5	5	5	20
109	4	4	4	4	16
110	4	4	4	4	16
111	5	5	5	5	20
112	5	5	5	5	20
113	4	5	5	5	19
114	5	5	5	5	20
115	5	5	5	5	20
116	5	5	5	5	20
117	5	5	5	5	20
118	5	5	5	5	20
119	4	4	4	4	16
120	5	5	5	5	20
121	5	5	5	5	20
122	5	5	5	5	20
123	5	5	5	5	20
124	5	5	5	5	20
125	5	5	5	5	20
126	5	5	5	5	20
127	5	5	5	5	20
128	5	5	5	5	20
129	5	5	5	5	20
130	5	5	5	5	20
131	5	5	5	5	20
132	5	5	5	5	20
133	5	5	5	5	20
134	5	5	5	5	20
135	5	5	5	5	20
136	5	5	5	5	20
137	5	5	5	5	20
138	5	5	5	5	20
139	5	5	5	5	20
140	5	5	5	5	20
141	5	5	5	5	20
142	5	5	5	5	20
143	5	5	5	5	20

144	5	5	5	5	20
145	5	5	5	5	20
146	5	5	5	5	20
147	5	5	5	5	20
148	5	5	5	5	20
149	5	5	5	5	20
150	5	5	5	5	20
151	4	4	4	5	17
152	5	5	5	5	20
153	5	5	5	5	20
154	5	5	5	4	19
155	4	4	4	4	16
156	5	5	5	5	20
157	5	5	5	5	20
158	5	5	5	5	20
159	4	5	5	4	18
160	5	4	4	5	18
161	5	5	5	5	20
162	5	5	5	5	20

LAMPIRAN 3
Hasil Uji *Outer Model*

1. Nilai *Outer Loading*

	X1	X2	X3	X4	Y
[M1]					0,839
[M2]					0,813
[M3]					0,834
[M4]					0,814
[N1]		0,838			
[N2]		0,923			
[N3]		0,898			
[N4]		0,892			
[P1]			0,607		
[P2]			0,703		
[P3]			0,870		
[P4]			0,791		
[R1]				0,728	
[R2]				0,755	
[R3]				0,797	
[R4]				0,779	
[R5]				0,802	
[R6]				0,758	
[S1]	0,750				
[S2]	0,643				
[S3]	0,633				
[S4]	0,776				
[S5]	0,809				

2. Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)

	X1	X2	X3	X4	Y
X1					
X2	0,537				
X3	0,633	0,594			
X4	0,613	0,364	0,631		
Y	0,348	0,226	0,666	0,742	

3. Fornell-Larcker Criterion

	X1	X2	X3	X4	Y
X1	0,726				
X2	0,442	0,888			
X3	0,497	0,434	0,749		
X4	0,516	0,325	0,530	0,770	
Y	0,311	0,206	0,564	0,643	0,825

4. Nilai *Cross Loading*

	X1	X2	X3	X4	Y
[M1]	0,350	0,193	0,469	0,568	0,839
[M2]	0,245	0,196	0,475	0,493	0,813
[M3]	0,228	0,125	0,416	0,496	0,834
[M4]	0,203	0,165	0,495	0,556	0,814
[N1]	0,332	0,838	0,332	0,239	0,136
[N2]	0,411	0,923	0,445	0,241	0,216
[N3]	0,421	0,898	0,371	0,366	0,210
[N4]	0,391	0,892	0,376	0,300	0,146
[P1]	0,276	0,590	0,607	0,274	0,264
[P2]	0,360	0,417	0,703	0,295	0,316
[P3]	0,428	0,274	0,870	0,501	0,506
[P4]	0,404	0,210	0,791	0,452	0,521
[R1]	0,481	0,273	0,544	0,728	0,409
[R2]	0,345	0,238	0,342	0,755	0,451
[R3]	0,417	0,205	0,387	0,797	0,471
[R4]	0,468	0,315	0,375	0,779	0,500
[R5]	0,302	0,255	0,368	0,802	0,573
[R6]	0,401	0,219	0,458	0,758	0,538
[S1]	0,750	0,372	0,349	0,358	0,204
[S2]	0,643	0,281	0,344	0,397	0,131
[S3]	0,633	0,369	0,303	0,232	0,142
[S4]	0,776	0,383	0,375	0,364	0,230
[S5]	0,809	0,268	0,421	0,476	0,329

5. Construct Reliability and Validity

Construct Reliability and Validity	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
X1	0,784	0,846	0,847	0,527
X2	0,912	0,946	0,937	0,789
X3	0,749	0,795	0,834	0,562
X4	0,863	0,869	0,897	0,594
Y	0,844	0,845	0,895	0,681

LAMPIRAN 4
Hasil Uji *Inner Model*

1. Nilai *R Square*

	R Square	R Square Adjusted
Y	0,499	0,486

2. Niali *f Square*

	X1	X2	X3	X4	Y
X1					0,016
X2					0,009
X3					0,171
X4					0,352
Y					

3. Q^2 Predictive

	SSO	SSE	Q² (=1-SSE/SSO)
X1	810,000	810,000	
X2	648,000	648,000	
X3	648,000	648,000	
X4	972,000	972,000	
Y	648,000	437,836	0,324

4. *Path Coefficients*

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (|O/STDEV|)	P Values
N -> M	-0,077	-0,076	0,063	1,229	0,219
P -> M	0,374	0,368	0,082	4,537	0,000
R -> M	0,528	0,523	0,082	6,453	0,000
S -> M	-0,112	-0,093	0,080	1,406	0,160

LAMPIRAN 5
RIWAYAT HIDUP

Siti Nur Aida Zahra, lahir di Bima pada tanggal 03 Oktober 2001. Kontak penulis yang dapat dihubungi melalui No Hp : 081256856164 dan melalui alamat E-mail : aidazahra0310@gmail.com. Penulis menempuh pendidikan menengah atas di SMAS Ummul Mukminin Makassar, lulus pada tahun 2020. Setelah itu pada tahun 2020, penulis melanjutkan pendidikan S1 di Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ilmu Agama Islam,Universitas Islam Indonesia.

Adapun kegiatan penulis selama berada di bangku perkuliahan yaitu penulis pernah mengikuti kepanitiaan ospek fakultas "TAMAH" pada tahun 2022. Penulis juga pernah mengikuti MBKM yang di fasilitasi oleh kampus yakni *Digipreneur (Talent Scouting Academy)* bekerja sama dengan KOMINFO dan digitalent.