

Preferensi UKM Kuliner dalam Pengurusan Sertifikasi Halal Secara Online di Kota Pekanbaru

^{a*} Supriani Sidabalok, ^b Misdawita, ^c Yelly Zamaya, ^d Anthony Mayes

^{a,b,c,d} Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Riau

*Korespondensi: supriani@lecturer.unri.ac.id

Info Artikel

Diterima:

11 Maret

Disetujui:

22 Maret 2024

Terbit daring:

1 Mei 2024

DOI: -

Sitasi:

Sidabalok, Supriani., Misdawita., Zamaya, Yelly., Mayes, Anthony. (2024). Preferensi UKM Kuliner dalam Pengurusan Sertifikasi Halal Secara Online di Kota Pekanbaru. *Ecosains: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Pembangunan*, 13(1), 1-12.

Abstract

This research was conducted to identify preferences that influence the decision of culinary retailers in Pekanbaru City when processing halal certification online. Preference measurement is based on determining factors that influence individual perceptions in making decisions, namely ease, trust, benefits, and risk. The data collection method is a questionnaire with a Likert scale and data processing using binary logistic regression (logit regression). Based on data collection and analysis from 78 of culinary SMEs, the results showed that simultaneously all perception variables influenced culinary SMEs decisions to obtain halal certificates online. As for the individual test results, it showed that three perception factors, namely ease (X1), benefits (X3), and risk (X4) had a significant effect on culinary SMEs preferences for processing online halal certificates, while perceptions of trust (X2) had no significant effect. This is in accordance with the odds ratio value for each influential variable, namely 3.910 times, 2.593 times and 5.510 times for each variable. Perception of usefulness is the strongest factor influencing the decision of culinary SMEs in Pekanbaru City to process halal certification online.

Keywords: Culinary SMEs; preference; halal certification online

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk mengidentifikasi preferensi yang mempengaruhi pengambilan keputusan retailer kuliner di Kota Pekanbaru saat memproses sertifikasi halal secara online. Pengukuran preferensi didasarkan pada determinan faktor yang mempengaruhi persepsi individu dalam mengambil keputusan, yaitu kemudahan, kepercayaan, manfaat, dan risiko keputusan. Metode pengumpulan data yang dilakukan melalui kuesioner skala likert dan pengolahan data dilakukan dengan menggunakan regresi logistik biner (regresi logit). Berdasarkan pengumpulan dan analisis data terhadap 78 UMKM kuliner diperoleh hasil bahwa secara simultan seluruh variabel persepsi mempengaruhi keputusan pengusaha kuliner untuk memperoleh sertifikat halal secara online. Adapun hasil uji individual menunjukkan bahwa tiga faktor persepsi yaitu kemudahan (X1), manfaat (X3), dan risiko (X4) berpengaruh signifikan terhadap preferensi UMKM kuliner dalam pengurusan sertifikat halal online, sedangkan persepsi kepercayaan (X2) tidak memberikan pengaruh yang signifikan. Hal ini sesuai dengan nilai odds rasio masing-masing variabel yang berpengaruh yaitu 3,910 kali, 2,593 kali dan 5,510 kali untuk masing-masing variabel. Persepsi kegunaan merupakan faktor yang paling kuat mempengaruhi keputusan UMKM kuliner di Kota Pekanbaru untuk melakukan proses sertifikasi halal secara online.

Kata Kunci : UMKM kuliner; preferensi; sertifikasi halal online

Kode Klasifikasi JEL: D23, C91, C35

PENDAHULUAN

Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) mempunyai peranan yang sangat penting dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan ketahanan perekonomian nasional. Mengingat UMKM bisa dilakukan dengan berbagai keterbatasan sehingga mampu menyerap tenaga kerja dari hampir semua kalangan. Pada tahun 2021, terdapat 64,2 juta unit usaha kecil di Indonesia dengan penyerapan tenaga kerja sebesar 97 persen dari total angkatan kerja nasional dan memberikan kontribusi sebesar 60,51 persen terhadap PDB nasional (Bank Indonesia, 2021)

Pentingnya peran UKM mendorong pemerintah untuk meningkatkan skala usahanya, salah satunya melalui keterlibatan di pasar halal. Pangsa pasar produk halal di Indonesia sangat besar karena 87% dari total penduduk atau sekitar 236,53 juta jiwa beragama Islam. Sejalan dengan hal tersebut, gaya hidup halal juga mengalami perkembangan signifikan di seluruh dunia. Berdasarkan laporan perkembangan ekonomi Islam dunia yang diterbitkan oleh (Reuters, 2015) disebutkan bahwa pasar makanan halal merupakan segmen pasar terbesar di dunia. Hal ini akan terus berkelanjutan mengingat umat Islam harus mengonsumsi produk halal baik di negara mayoritas maupun minoritas yang jumlahnya mencapai 2 miliar jiwa (Razzaque M & Chaudhry S, 2013). Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa pasar produk halal di beberapa negara non-Muslim seperti Eropa, Amerika Selatan, dan Asia Pasifik juga mengalami peningkatan yang signifikan (Bashir, 2019; Kabir, 2015) akibat adanya stigma di kalangan konsumen non-Muslim yang halal. produk adalah produk yang aman, higienis, berkualitas, dan menyehatkan (Ab Talib et al., 2016).

Besarnya pasar yang tersedia menyebabkan produsen dari luar negeri khususnya Eropa mulai berinvestasi dalam menyediakan persyaratan untuk menjadi bagian dari pasar produk halal, baik produsen dari negara muslim maupun non muslim. Diperkirakan pangsa pasar produk halal akan mencapai sekitar 3 triliun USD pada tahun 2023 untuk makanan, obat-obatan, kosmetik, fashion, perjalanan dan media (Öztürk, 2022). Kenyataan ini menyebabkan setiap negara yang ingin berperan aktif di pasar halal dunia harus menyiapkan regulasi dan persyaratan yang diperlukan. Salah satu elemen penting dari persyaratan tersebut adalah adanya sertifikasi halal yang menjadi bukti bahwa produk dan jasa yang dihasilkan telah sesuai dengan syariat Islam (Nurhayati & Hendar, 2020). Oleh karena itu, pemerintah melakukan berbagai upaya agar Indonesia dapat mengambil peran penting dalam pengembangan pasar halal tersebut yang diharapkan dapat memajukan perekonomian bangsa. Meski saat ini masih banyak perusahaan khususnya usaha mikro di Indonesia sendiri yang belum memiliki sertifikasi halal.

Berdasarkan data Kementerian Keuangan (Kemenkeu) pada tahun 2021, tercatat kurang dari 10 persen UKM yang tersertifikasi halal, artinya lebih dari 90 persen UKM belum siap bersaing di pasar produk halal. Kondisi itu juga terjadi di Provinsi Riau. Menurut data Badan Pusat Statistik (2020), jumlah UKM di Provinsi Riau sebanyak 50.620 unit dengan sebaran di 12 kabupaten/kota. Sekitar 6.352 UKM terdaftar di Kota Pekanbaru dengan syarat masih ada sekitar 600 UKM yang memiliki sertifikasi halal. Adapun pada tanggal 14 Februari 2022, pengelolaan sertifikasi halal di Indonesia diselenggarakan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) Kementerian Agama yang sebelumnya diselenggarakan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI). Proses pengurusan ini dapat dilakukan secara online melalui laman BPJPH yaitu <http://ptsp.halal.go.id> melalui akun SiHalal

Bagi UMKM sendiri, terdapat dua pilihan mekanisme atau sistem pengajuan sertifikasi halal, yakni reguler (berbayar) dan program SEHATI yang gratis bagi UMKM tertentu dengan syarat dan ketentuan yang berlaku (Kemsari, 2022). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui preferensi atau minat pelaku UMKM dalam pengurusan izin usaha halal secara online melalui website BPJPH dan preferensi apa yang mendominasi alasan pelaku usaha mikro tersebut, apakah persepsi kemudahan, persepsi kepercayaan, persepsi manfaat atau persepsi risiko.

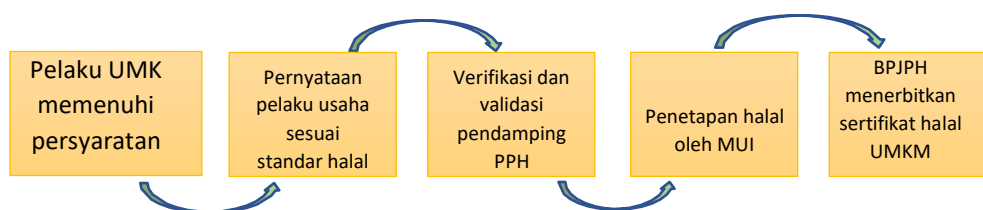
TINJAUAN LITERATUR

Sertifikasi Halal

Sertifikasi halal merupakan fatwa tertulis yang dikeluarkan oleh lembaga yang mempunyai kapasitas dan kewenangan mengeluarkan fatwa tersebut. Sertifikasi halal ini memberikan ketenangan pikiran dan kenyamanan kepada konsumen dengan menampilkannya pada produ, menjamin kehalalan produk, dan status produk baik dari segi kesehatan maupun agama (Yelvita, 2022). Pada mulanya Majelis Ulama Indonesia (MUI) melalui Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, dan Kosmetika (LPPOM) merupakan lembaga yang mempunyai hak otoritatif untuk menyelenggarakan Sertifikasi Halal. Namun setelah berlakunya Undang-Undang Jaminan Produk Halal (UU JPH) Nomor 33 Tahun 2014, kewenangan penerbitan sertifikasi halal berada pada Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) Kementerian Agama berdasarkan fatwa tertulis yang dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia (Warto & Samsuri, 2020).

Kemudian sejak terbitnya Peraturan Pemerintah Nomor 31 Tahun 2019 tentang JPH menyebabkan perubahan sistem tata cara dan pendaftaran sertifikasi halal dari sukarela menjadi wajib yang diberlakukan sejak 17 Oktober 2019. Hal ini berimplikasi pada wajibnya semua barang dan jasa yang beredar di Indonesia untuk memiliki sertifikasi halal, termasuk produk dari UKM pada bulan Oktober 2024. Oleh karena itu, pemerintah menyediakan layanan pengelolaan sertifikasi halal secara online dan bagi sebagian besar UKM diberikan kekhususan pengelolaan dengan sistem deklarasi mandiri.

Deklarasi mandiri merupakan pernyataan status kehalalan produk UMKM yang dilakukan oleh pelaku usaha sendiri dengan didampingi pendamping Proses Produk Halal (PPH) yang telah tersertifikasi oleh Komisi Fatwa MUI. Selain itu, pemerintah juga mengeluarkan program SEHATI (Sertifikasi Halal Gratis) bagi pelaku usaha kecil sehingga akan membantu UMK untuk memiliki izin halal. Bagan pengelolaan sertifikasi halal dengan selfdeclare ditunjukkan pada gambar berikut:



Gambar 1. Flow of halal certification management with self declare

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

UMKM merupakan usaha produktif milik perorangan atau perusahaan yang telah diatur dengan undang-undang. Sesuai Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM, secara definisi ketiga usaha tersebut dibagi menjadi sebagai berikut (Kemsari, 2022):

1. Usaha Mikro adalah usaha produktif yang dimiliki perseorangan atau badan usaha yang mempunyai asset bersih sebesar Rp50 juta (tidak termasuk tanah, bangunan, dan tempat usaha) atau mempunyai hasil penjualan per tahun sebesar Rp300 juta.
2. Usaha Kecil adalah usaha produktif milik orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan langsung dan tidak langsung atau cabang dari usaha menengah atau besar yang mempunyai asset bersih diantara Rp50 juta hingga Rp 500 juta tidak termasuk tanah dan bangunan dengan total pendapatan per tahun antara Rp 300 juta hingga 2,5 milyar rupiah per tahun.
3. Usaha Menengah adalah usaha produktif yang dimiliki oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan langsung atau tidak langsung atau cabang dari suatu usaha menengah atau besar, dan mempunyai asset bersih antara Rp 500 juta sampai dengan Rp 10 miliar, tidak termasuk tanah dan bangunan serta total pendapatan lebih dari Rp 2,5 miliar per tahun.

Adapun klasifikasi pelaku UMKM dapat dibedakan menjadi beberapa bagian antara lain (Halim, 2020):

1. Pelaku usaha mikro merupakan pelaku UMKM yang memiliki kemampuan namun kurang berjiwa wirausaha untuk mengembangkan usahanya. Misalnya pengrajin yang masih bekerja secara tradisional.
2. Pelaku sektor informal adalah pelaku UMKM yang memanfaatkan kesempatan berdagang yang tersedia untuk memperoleh penghasilan. Misalnya emperan atau pedagang kaki lima.
3. Pelaku usaha mikro yang dinamis yaitu pelaku UMKM yang mempunyai semangat wirausaha dan mampu menyediakan lapangan kerja.
4. Pelaku usaha mikro yang bergelar Fast Moving Enterprize merupakan pelaku UMKM yang mempunyai semangat wirausaha yang tinggi dan mampu berkolaborasi menyediakan lapangan kerja yang lebih besar.

Penerapan Sertifikasi Halal Pada UMKM

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (JPH), produsen yang ingin mendistribusikan produknya harus menggunakan produk yang berlabel halal. Selanjutnya, mulai tahun 2024 sertifikasi halal diwajibkan untuk seluruh produk yang didistribusikan. Oleh karena itu, UMKM didorong untuk mengajukan sertifikasi halal kepada lembaga sertifikasi. Untuk memfasilitasi hal tersebut Badan Penyelenggaran Jaminan Produk Halal (BPJPH) juga memberikan layanan gratis bagi UMKM dengan kriteria tertentu untuk mengajukan pengurusan sertifikasi halal. Setiap UMKM yang mengajukan sertifikasi halal harus mendaftar secara online melalui website BPJPH dengan melampirkan:

1. Berkas legalitas perusahaan (SK/NPWP/AKTA)
2. Keterangan personal (data pribadi) pemohon/penanggung jawab (email, nomor handphone, e-KTP)
3. Status Sertifikasi (Baru/Pengembangan/Perpanjangan)
4. Dokumen Sertifikat Halal (jika ada)

5. Status Sistem Jaminan Halal (Jika Ada)

6. Jenis produk

Selanjutnya bagi pelaku usaha mikro yang akan mendaftarkan produk halalnya dapat melalui laman BPJPH yaitu <http://ptsp.halal.go.id> dengan menggunakan aplikasi SiHalal dan mengikuti alur pendaftarannya. Setelah data diunggah, termasuk surat pernyataan diri dari pelaku usaha, dilanjutkan dengan proses validasi dan verifikasi oleh pendamping PPH yang bersertifikat sah. Selanjutnya berdasarkan data tersebut dinyatakan sahnya usaha halal oleh MUI yang dilanjutkan dengan penerbitan sertifikat halal bagi usaha mikro yang bersangkutan oleh BPJPH.

Teori Preferensi

Terdapat banyak teori yang dapat digunakan untuk mengetahui faktor-faktor penentu dalam mengambil suatu keputusan. Theory of Planned Behavior (TPB) yang dipelopori oleh Ajzen dan Fishbein pada tahun 1985 menunjukkan faktor-faktor sikap terhadap perilaku (sikap yang mempengaruhi perilaku), norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan mempengaruhi pengambilan keputusan (Amelia et al., 2019). Teori ini kemudian digunakan untuk melihat keputusan Generasi Y dalam mengkonsumsi produk halal di Malaysia (Khalek & Ismail, 2015), keputusan konsumen menjadi anggota 212 Mart di Kota Pekanbaru (Sidabalok, Rosyetti, et al., 2023).

Teori lainnya yaitu teori preferensi, yaitu teori yang menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi minat individu dalam berperilaku atau condong pada tindakan tertentu. Teori ini didasarkan pada suatu definisi dimana preferensi muncul sebagai akibat dari proses pengumpulan data tentang objek dan peristiwa sosial yang dialami manusia di lingkungannya (Siregar & Rahmansyah, 2020). Dalam pemanfaatan teknologi dikenal suatu model yaitu Technology Acceptance Model (TAM) yang menggambarkan aspek-aspek penentu penerimaan suatu teknologi. Teori ini dipelopori oleh Davis (1986), menyelami konstruksi minat menggunakan teknologi berdasarkan persepsi individu terhadap sistem. Pentingnya aspek persepsi dalam menentukan perilaku adalah Model TAM menjelaskan secara lebih rinci empat aspek persepsi yang menjadi dasar seseorang melakukan tindakan menggunakan teknologi, yaitu persepsi kemudahan, kepercayaan, manfaat, dan risiko (Salsabila et al., 2021). Dalam penelitian ini, teori preferensi digunakan untuk mengetahui bagaimana pengaruh 4 persepsi yang telah dijelaskan sebelumnya terhadap proses sertifikasi halal online oleh UKM di Kota Pekanbaru. Pendekatan lain yang dapat digunakan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan dalam memperoleh sertifikasi halal adalah teori kelembagaan yang melihat bagaimana faktor pemerintah mempunyai pengaruh terhadap keputusan pelaku UKM untuk memperoleh sertifikasi halal (Sidabalok, Rizwan, et al., 2023).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan fokus kajian pada hubungan tentang sebab akibat. Cara pengumpulan datanya adalah dengan menyebarkan kuesioner yang berisi serangkaian pernyataan yang merupakan indikator dari dependent variabel dan independent variabel yang akan diberi nilai dengan rentang penilaian 1 sampai 5. Item deskriptif pada

dependent variabel adalah persepsi manfaat, kepercayaan kemudahan, dan risiko yang terdiri dari empat pernyataan dan satu untuk independent variabel..

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini berupa analisis Regresi Logistik Biner (Logit Regression). Menurut Saiful dkk. (2018) dalam (Saputri, 2020) yaitu teknik analisis dengan tujuan untuk menjelaskan hubungan antara satu atau sejumlah variabel bebas yang sifatnya kategoris, kontinu atau kombinasi keduanya dengan variabel terikat yang juga bersifat kategoris. Adapun data kualitatif yang ada pada model regresi harus diubah menjadi bentuk variabel dummy dengan diberi kode biner "1" dan "0". Pada tabel dibawah ini dijelaskan perubahan interval data skala likert ke dalam biner, dengan nilai tengah yang digunakan dalam penelitian yaitu rentang 1 sampai dengan 3 diubah menjadi "0" sedangkan untuk rentang 4 dan 5 diubah menjadi "1", dengan penjelasan berikut:

Tabel 1. Penjelasan Variabel Dummy

Binary code	Variabel independen				Variabel dependen
	Kategori	Kepercayaan	Manfaat	Risiko	Kemudahan
1	Mudah	Percaya	Bermanfaat	Risiko rendah	Tinggi
0	Sulit	Tidak percaya	Tidak bermanfaat	Risiko tinggi	Rendah

Model Regresi Logistik yang dibentuk adalah :

$$\ln P/(1-P) = \beta_0 + \beta_{trust} + \beta_{benefit} + \beta_{risk} + \beta_{ease} \quad (1)$$

Persamaan regresi mempunyai pengertian mengenai rasio probabilitas kecenderungan pelaku UMKM yang berminat dalam pengurusan sertifikasi halal secara online dengan probabilitas peluang terbesar bernilai 1. Dalam upaya mengetahui prediksi, model dapat menjelaskan data variabel terikat yang sebenarnya dengan memakai uji kecocokan model, yaitu: Tes Hosmer Lemeshow untuk membandingkan nilai yang diamati dan diprediksi. Model dianggap memadai jika tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara nilai observasi dengan prediksi model; Uji Omnibus Test adalah pengujian yang bertujuan untuk mengetahui apakah suatu model yang mencakup seluruh variabel bebasnya lebih baik dibandingkan model yang tidak memiliki satu pun variabel bebas. Uji Chi-Square merupakan pengujian yang dilakukan dengan membedakan model penuh kemungkinan $-2 \log$ Likelihood Full Model (L1) dan $-2 \log$ Likelihood Baseline Model (L0).

Uji koefisien determinasi adalah pengujian untuk mengetahui kemampuan variabel independen dalam menjelaskan keragaman variabel dependen yang dilihat pada koefisien determinasi (R²). Pada model regresi logistik, minimal terdapat dua ukuran koefisien determinasi yaitu R²Cox & Snell dan R² Nagelkerke. Uji parameter koefisien merupakan uji parameter yang dilakukan secara bersamaan (uji keseluruhan) yang dilakukan secara parallel. Pengujian ini menggunakan nilai Likelihood Ratio yang merupakan perbandingan antara model yang tidak memiliki variabel independen dengan model yang seluruh variabel independennya. Uji parameter tunggal (uji parsial) merupakan pengujian tunggal yang dilakukan apabila hasil uji parametric secara simultan menolak H₀, yaitu bila paling sedikit terdapat satu variabel yang mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel terikat. Tes ini dilakukan dengan menggunakan uji Wald.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan pengolahan data primer dari kuesioner yang disebarakan diperoleh hasil pengolahan data (output). Selanjutnya pada Tabel 2. Variabel pada Persamaan diperoleh nilai B untuk setiap variabel independen dan dependen sehingga dibentuk persamaan model regresi logit.

Tabel 2. Variabel dalam persamaan

Independent variables	B	S.E.	Wald	Df	Sig.	Exp(B)
Ease	1,363	0,633	4,635	1	0,031	3,910
Trust	0,953	0,680	1,963	1	0,161	2,593
Benefits	1,707	10,745	5,253	1	0,022	5,510
Risk	-1,637	0,659	6,166	1	0,013	0,195
Constant	-0,811	0,535	2,299	1	0,129	0,444

Sumber : Data Diolah (2023)

Based on the table above, the Logit Regression equation obtained is as follows :

$$\ln P/(1-P) = -0.811 - 1.363\text{ease} + 0.953\text{trust} + 1.707\text{benefits} - 1.637\text{risk}$$

Uji Kesesuaian Model: Pengujian kecocokan model dengan menggunakan uji Hosmer-Lemeshow, diperoleh uji statistik ditunjukkan pada tabel 3.

Tabel 3. Hosmer and Lemeshow Test

Chi-Square	Df	Sig.
9,837	7	0,198

Sumber : Data Diolah (2023)

H_0 = model cocok artinya ada kesesuaian antara observasi dan prediksi

H_1 = model tidak cocok artinya terdapat ketidaksesuaian antara observasi dan prediksi.

Berdasarkan tabel di atas, hasil analisis regresi menunjukkan bahwa hasil Uji Goodness of Fit Hosmer dan Lemeshow menunjukkan nilai chi-square sebesar 9,837 dan tingkat signifikansi sebesar 0,198. Hal ini dapat diterima karena hasil pengujian menunjukkan nilai probabilitas (P value) $\geq 0,05$ (nilai signifikansi) yaitu $0,198 \geq 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan antara klasifikasi probabilitas prediksi dengan probabilitas observasi H_0 , sehingga model regresi pada penelitian ini layak dan dapat memprediksi nilai observasi. Selanjutnya pengujian kesesuaian model dilakukan dengan menggunakan Omnibus Test diperoleh uji statistik pada tabel 4.

Tabel 4. Omnibus test of model coefficients

		Chi- square	df	Sig.
Step 1	Step	26,641	0	0,000

	Block	26,641	0	0,000
	Model	26,641	0	0,000

Sumber : Data Diolah (2023)

Tabel 4 menunjukkan bahwa H_0 ditolak jika nilai Sig. kurang dari taraf signifikansi 5%. Dapat disimpulkan bahwa masuknya variabel bebas meningkatkan kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel terikat yaitu minat pelaku UMKM kuliner dalam pengurusan sertifikat halal secara online. Kesesuaian model akhir diuji menggunakan Cox & Snell R^2 , dan Nagelkerke R^2 , dimana hasil uji statistik ditunjukkan pada tabel 5.

Tabel 5. Model Summary

-2 Log Likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
81,490	0,289	0,386

Sumber : Data Diolah (2023)

Nilai Cox & Snell R^2 sebesar 0,289 yang diartikan bahwa seluruh variabel independen memberikan kontribusi sebesar 28,90% dalam menjelaskan keragaman variabel dependen, dan sisanya sebesar 71,10% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dipertimbangkan dalam penelitian ini. Hasil interpretasi yang sama juga ditemukan dengan nilai Nagelkerke R^2 sebesar 0,386 yang berarti variabel independen (kemudahan, kepercayaan, kemanfaatan dan persepsi risiko) memberikan kontribusi sebesar 38,60% terhadap penjelasan variasi variabel dependen, dan sisanya sebesar 61,40% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model.

Pengujian kesesuaian model menunjukkan bahwa seluruh variabel independen cukup penjelasan tentang variabel dependen, dan pengujian yang menyertakan variabel independen meningkatkan kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Kemudian dilakukan uji signifikansi model (uji hipotesis parameter) secara paralel dan parsial. Uji hipotesis parsial adalah uji hipotesis terhadap koefisien regresi, dan uji Wald digunakan secara terpisah untuk memperoleh nilai statistik W^2 pada tabel 6.

Tabel 6. Nilai Statistik Wald

Independent variables	B	S.E.	Wald	Df	Sig.	Exp(B)	Information
Convenience	1,363	0,633	4,635	1	0,031	3,910	Significant
Trust	0,953	0,680	1,963	1	0,161	2,593	Unsignificant
Benefits	1,707	10,745	5,253	1	0,022	5,510	Significant
Risk	-1,637	0,659	6,166	1	0,013	0,195	Significant
Constant	-0,811	0,535	2,299	1	0,129	0,444	-

Sumber : Data Diolah (2023)

Dengan hipotesisnya :

$$H_0 : b_1 = 0, b_2 = 0, b_3 = 0, b_4 = 0$$

$$H_1 : b_1 \neq 0, b_2 \neq 0, b_3 \neq 0, b_4 \neq 0$$

Ho diterima jika Sig. Value > a significance level of 5% Ho ditolak jika Sig. Value < a significance level of 5%

Selanjutnya dapat dijelaskan bahwa variabel persepsi kemudahan mempunyai nilai Sig. = 0,031, variabel persepsi manfaat mempunyai nilai Sig. = 0,022 dan variabel persepsi risiko mempunyai nilai Sig. = 0,013 atau kurang dari taraf signifikansi 5%, maka diputuskan untuk menolak Ho. Dapat diartikan bahwa pelaku usaha mikro yang memiliki persepsi bahwa mengurus sertifikasi halal secara online itu mudah maka akan memiliki pengaruh signifikan dalam kecenderungan memiliki minat yang tinggi dalam mengurus sertifikasi halal secara online dibandingkan dengan pelaku UMKM yang mempunyai persepsi mengurus sertifikasi halal secara online itu sulit. Kemudian, pengusaha mikro yang memiliki persepsi kemanfaatan tinggi memiliki perbedaan signifikan dalam kecenderungan dalam mengurus sertifikasi halal secara online dibandingkan dengan pelaku UMKM yang memiliki persepsi kemanfaatan mengelola sertifikasi halal secara online rendah. Selanjutnya, pelaku usaha mikro yang memiliki persepsi mengurus sertifikat halal secara online berisiko rendah memiliki perbedaan signifikan dalam kecenderungan dalam mengurus sertifikasi halal secara online dibandingkan dengan pelaku UMKM yang memiliki persepsi risikonya tinggi.

Adapun variabel persepsi kepercayaan mempunyai nilai Sig. = 0,161 atau lebih besar dari taraf signifikansi 5%, sehingga diputuskan menerima Ho. Hal ini dapat diartikan bahwa: pelaku usaha mikro yang memiliki persepsi tingkat kepercayaan yang tinggi dalam mengelola sertifikasi halal online memiliki perbedaan kecenderungan yang tidak signifikan dalam memiliki minat yang tinggi dalam mengelola sertifikasi halal online dibandingkan dengan konsumen yang memiliki persepsi kepercayaan yang rendah dalam mengurus sertifikasi halal secara online.

Interpretasi Koefisien Regresi

$$\ln P/(1-P) = -0.811 - 1.363\text{ease} + 0.953\text{trust} + 1.707\text{benefits} - 1.637\text{risk}$$

Persamaan ini memiliki makna :

Coefficient of constant or intercept (β_0)

Berikutnya, pemberian nilai nol pada seluruh variabel bebas akan mengakibatkan model hanya memuat koefisien konstan (intersep). Hal ini menjadikan persepsi Kemudahan = 0; persepsi Kepercayaan = 0; persepsi Manfaat = 0; dan persepsi Resiko = 0, kode ini dapat diartikan bahwa bagi kelompok responden tersebut mempunyai persepsi bahwa mengurus sertifikasi halal online itu sulit, tingkat kepercayaannya rendah, dan memberi manfaat yang rendah. Secara matematis, persamaannya adalah:

$$\ln P/(1-P) = (\beta_0), P/(1-P) = \text{Exp}(\beta_0)$$

$$\ln P/(1-P) = 0,444$$

$$P = 0,444 (1-P) = 0,444 - 0,444P$$

$$P + 0,444P = 0,444,$$

$$1,444P = 0,444$$

$$P = 0,307$$

Artinya, peluang bagi pelaku usaha mikro yang mempunyai persepsi pengelolaan halal sertifikasi online sulit, tingkat kepercayaan rendah, mengurus sertifikasi halal online tidak

bermanfaat dan usaha mikro mempunyai persepsi tingkat risiko pengelolaan sertifikasi halal secara online tinggi yaitu 0,307 (peluangnya rendah).

Interpretasi Variabel Independen

Kemudian untuk menginterpretasikan nilai odds rasio setiap variabel bebas dapat diperoleh dari nilai $\text{Exp}(\beta)$ setiap variabel bebas, yaitu sebagai berikut:

Persepsi Kemudahan dengan $\text{Exp}(\beta_1) = 3,910$ menunjukkan bahwa konsumen yang percaya bahwa proses sertifikasi halal lebih mudah dilakukan secara online, mempunyai kecenderungan lebih besar untuk memiliki minat tinggi pengurusan sertifikasi halal sebesar 3,910 kali lipat dibandingkan pengusaha mikro. yang mempunyai persepsi rendahnya tingkat kemudahan pengelolaan sertifikasi halal online;

Variabel Kepercayaan dengan $\text{Exp}(\beta_2) = 2,593$ artinya pelaku UMKM yang mempunyai persepsi tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap keamanan pengelolaan sertifikasi halal online, mempunyai kecenderungan memiliki minat yang tinggi dalam pengelolaan sertifikasi halal online sebesar 2,593 kali dibandingkan dengan usaha mikro yang memiliki persepsi yang rendah pada tingkat kepercayaan terhadap keamanan pengelolaan sertifikasi halal online;

Variabel Manfaat dengan $\text{Exp}(\beta_3) = 5,510$ artinya pelaku UMKM yang mempunyai persepsi mengurus sertifikasi halal online memiliki manfaat yang tinggi, cenderung memiliki minat yang tinggi dalam mengelola sertifikasi halal online sebesar 5,510 kali lipat dibandingkan pengusaha mikro. yang mempunyai persepsi rendah terhadap tingkat manfaat mengurus sertifikasi halal online

Variabel Risiko dengan $\text{Exp}(\beta_4) = 0,195$ artinya pelaku UMKM yang mempunyai persepsi tingkat risiko dalam pengelolaan sertifikasi halal online yang rendah, mempunyai kecenderungan memiliki minat yang tinggi dalam mengelola sertifikasi halal online sebesar 0,195 kali lipat dibandingkan dengan pelaku usaha Mikro yang memiliki persepsi tingkat risiko mengurus sertifikasi halal secara online tinggi.

SIMPULAN

Empat variabel bebas yaitu faktor persepsi kemudahan, manfaat, dan tingkat risiko diperkirakan mempengaruhi pengambilan keputusan pengusaha mikro kuliner pada saat mengajukan atau memproses sertifikasi halal secara online. Melalui analisis regresi logistik dengan pengujian hipotesis secara simultan dapat disimpulkan bahwa setidaknya terdapat satu variabel bebas yang berpengaruh signifikan terhadap minat pelaku UMKM dalam mengurus sertifikasi halal online. Sedangkan berdasarkan pengujian secara individual (parsial) diperoleh bahwa faktor persepsi Kemudahan, Manfaat, dan Tingkat risiko mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat mengurus sertifikat halal secara online, sedangkan faktor Persepsi kepercayaan mempunyai pengaruh yang tidak signifikan terhadap minat pengusaha mikro dunia usaha dalam pengelolaan sertifikat halal online.

Berdasarkan penelitian diperoleh bahwa para pelaku UMKM kuliner di Kota Pekanbaru memiliki minat yang tinggi untuk mengurus sertifikasi halal online dengan membuka akun SiHalal pada halaman <http://ptsp.halal.go.id>. Penerapan pengurusan sertifikat halal secara online melalui laman ini telah dimulai sejak awal tahun 2023 dengan target tercapainya sebanyak 1 juta usaha mikro yang memiliki sertifikat halal pada bulan

Oktober 2024. Melalui program Sehati (Sertifikat Halal Gratis) diharapkan pemerintah dapat meningkatkan kesadarannya akan hal ini. target akan tercapai hingga waktu yang ditentukan.

Penelitian ini mempunyai keterbatasan, seperti (1) jumlah responden yang kurang, (2) jumlah variabel independen yang terbatas dan jangka waktu pelaksanaan program ini belum mencapai satu tahun. Diharapkan kedepannya dapat dilakukan penelitian lebih lanjut dengan menggunakan responden yang lebih banyak dan jumlah variabel independen yang lebih banyak, namun dengan pelaksanaan manajemen sertifikasi halal yang sudah memasuki tahun pertama diharapkan dapat diperoleh yang lebih baik

DAFTAR RUJUKAN

- Ab Talib, M. S., Siti, S. S., Abdul Hamid, A. B., & Ai Chin, T. (2016). Emerging Halal food market: an Institutional Theory of Halal certificate implementation. *Management Research Review*, 39(9), 987–997. <https://doi.org/10.1108/MRR-06-2015-0147>
- Amelia, W. R., Lubis, A. H., & Sabrina, H. (2019). Penggunaan Theory Of Planned Behavior untuk Menganalisis Penggunaan Theory Of Planned Behavior untuk Daring melalui Aplikasi Instagram. *Jurnal Bisnis Manajemen Dan Informatika*, 16(2). <https://doi.org/10.26487/jbmi.v16i2>
- Bank Indonesia. (2021). Laporan Ekonomi dan Keuangan Syariah 2021. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 5–24.
- Bashir, A. M. (2019). Effect of halal awareness, halal logo and attitude on foreign consumers' purchase intention. *British Food Journal*, 121(9), 1998–2015. <https://doi.org/10.1108/BFJ-01-2019-0011>
- Halim, A. (2020). Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Mamuju. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan*, 1(2), 157–172. <https://stiemmamuju.e-journal.id/GJIEP/article/view/39>
- Kabir, S. (2015). Growing Halal Meat Demand: Does Australia Miss Out A Potential Trade Opportunity? *Economic Papers*, 34(1–2), 60–75. <https://doi.org/10.1111/1759-3441.12101>
- Kemsari, H. A. (2022). Mekanisme Pengajuan Sertifikasi Halal. May.
- Khalek, A. A., & Ismail, S. H. S. (2015). Why Are We Eating Halal – Using the Theory of Planned Behavior in Predicting Halal Food Consumption among Generation Y in Malaysia. *International Journal of Social Science and Humanity*, 5(7), 608–612. <https://doi.org/10.7763/ijssh.2015.v5.526>
- Nurhayati, T., & Hendar, H. (2020). Personal intrinsic religiosity and product knowledge on halal product purchase intention: Role of halal product awareness. *Journal of Islamic Marketing*, 11(3), 603–620. <https://doi.org/10.1108/JIMA-11-2018-0220>
- Öztürk, A. (2022). The Effect of Halal Product Knowledge, Halal Awareness, Perceived Psychological Risk and Halal Product Attitude on Purchasing Intention. *Business and Economics Research Journal*, 13(1), 127–141. <https://doi.org/10.20409/berj.2022.365>
- Razzaque M, & Chaudhry S. (2013). Religiosity and Muslim consumers' decision-making process in a non-Muslim society. *Journal of Islamic Marketing*, 4(2), 198–217.
- Reuters, T. (2015). State of the GLOBAL ISLAMIC ECONOMY. Dubai the Capital of Islamic Economy, 1–287.
- Salsabila, H. Z., Susanto, S., & Hutami, L. T. H. (2021). Pengaruh Persepsi Risiko, Manfaat Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Aplikasi Shopee. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 9(1), 87–96. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v9i1.442>
- Saputri, O. B. (2020). Preferensi Konsumen Dalam Menggunakan Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS) Sebagai Alat Pembayaran Digital. *Journals of Economics and Business Mulawarman*, 17(2), 1–11.
- Sidabalok, S., Rizwan, M., Asrina, P., & Tarigan, M. (2023). ANALYSIS OF EFFORTS TO INCREASE MSME POTENTIAL. 19(2), 210–227.
- Sidabalok, S., Rosyetti, R., Zamaya, Y., & Misdawita, M. (2023). Theory of Planned Behavior in Analyzing The decision of Muslim consumers to become members of 212 Mart Pekanbaru City. *ADPEBI International Journal of Business and Social Science*, 3(1), 79–86. <https://doi.org/10.54099/aijbs.v3i1.558>

- Siregar, C. N., & Rahmansyah, S. (2020). Persepsi Dan Partisipasi Masyarakat Terhadap Implementasi Program Jabar Digital Dalam Akun Instagram Ridwan Kamil Sebuah Kajian Sosio-Digital. *Jurnal Sositologi*, 18(3), 369–380. <https://doi.org/10.5614/sostek.itbj.2019.18.3.5>
- 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>