

Pengaruh Kesadaran, Keterjangkauan Biaya, Dukungan Regulasi, dan Tekanan Pasar Terhadap Niat UMKM Memperoleh Sertifikasi Halal

Satrio Abimanyu, Indra

Universitas Islam Tazkia

satrioabi19@gmail.com, indra@tazkia.ac.id

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of halal awareness, cost affordability, regulatory support, and market pressure on the intention of culinary MSMEs in the Special Capital Region of Jakarta to obtain halal certification. This research employs a quantitative approach with a case study design. Data were collected through online questionnaires distributed to culinary MSME actors and analyzed using Structural Equation Modeling-Partial Least Squares (SEM-PLS) with SmartPLS 4.0. The results indicate that partially, cost affordability and market pressure have a positive and significant effect on MSMEs' intention to obtain halal certification, while halal awareness and regulatory support have a positive but insignificant effect. Market pressure is identified as the most dominant factor, suggesting that external drivers such as consumer demand and business competition are more influential than internal factors. Simultaneously, all variables significantly influence MSMEs' intention to obtain halal certification. This study implies that increasing MSME participation in halal certification requires strategies that not only enhance awareness but also ensure affordable costs, simplify regulations, and strengthen the halal market ecosystem.

Keywords: *Intention, MSMEs, Halal Certification, Jakarta Culinary Sector*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kesadaran halal, keterjangkauan biaya, dukungan regulasi, dan tekanan pasar terhadap niat UMKM sektor kuliner di DKI Jakarta dalam memperoleh sertifikasi halal. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain studi kasus. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner secara daring kepada pelaku UMKM kuliner dan dianalisis menggunakan metode Structural Equation Modeling-Partial Least Squares (SEM-PLS) dengan bantuan SmartPLS 4.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial keterjangkauan biaya dan tekanan pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat UMKM memperoleh sertifikasi halal, sedangkan kesadaran halal dan dukungan regulasi berpengaruh positif namun tidak signifikan. Tekanan pasar menjadi faktor paling dominan dalam mendorong niat UMKM, menunjukkan bahwa dorongan eksternal seperti tuntutan konsumen dan persaingan usaha lebih kuat dibandingkan faktor internal. Secara simultan, keempat variabel tersebut berpengaruh terhadap niat UMKM dalam memperoleh sertifikasi halal. Penelitian ini memberikan implikasi bahwa peningkatan partisipasi UMKM dalam sertifikasi halal memerlukan strategi yang tidak hanya berfokus pada peningkatan kesadaran, tetapi juga pada aspek biaya yang terjangkau, penyederhanaan regulasi, serta penguatan ekosistem pasar halal.

Kata kunci: *Niat, UMKM, Sertifikasi Halal, Sektor Kuliner Jakarta*

PENDAHULUAN

Indonesia, yang memiliki populasi Muslim terbesar di dunia yaitu sekitar 87% dari total penduduk sebanyak 286.693.693 jiwa per 30 Juni 2025, menjadi konteks makro penting bagi industri halal. Terdapat sekitar 66 juta unit usaha kecil dan menengah (UKM) di Indonesia, sebagian besar merupakan usaha mikro dan kecil yang menjadi tulang punggung perekonomian nasional. Sesuai dengan itu, Undang-Undang No. 33 Tahun 2014 (JPH) mewajibkan semua produk makanan, minuman, dan barang terkait yang beredar harus memiliki sertifikat halal. Pemerintah juga menargetkan sertifikasi halal bagi 10 juta UKM, terutama di sektor makanan dan minuman. Upaya ini selaras dengan posisi Indonesia sebagai pemimpin pasar halal global, seperti peringkat kedua dunia untuk produk makanan halal menurut SGIE 2022, serta komitmen menjadikan Indonesia pusat produk halal dunia (ISEF, 2022). Hingga Oktober 2025, pemerintah melaporkan telah ada 9,8 juta produk yang tersertifikasi halal, didukung oleh kebijakan penahapan sertifikasi nasional. Berdasarkan peraturan terbaru (PP No. 42/2024), produk makanan, minuman, dan jasa penyembelihan wajib memiliki sertifikat halal secara penuh mulai 18 Oktober 2024 untuk usaha menengah-besar, dan paling lambat 17 Oktober 2026 untuk usaha mikro-kecil. Kebijakan ini secara resmi menegaskan bahwa pemerintah menjamin kehalalan semua makanan yang dikonsumsi masyarakat, sekaligus mendorong kualitas produk melalui sertifikasi halal.

Di tingkat nasional, tekanan dari pasar dan kesadaran konsumen memengaruhi proses sertifikasi halal. Pertumbuhan tren gaya hidup halal secara global membuka peluang ekspor serta meningkatkan persaingan internasional, sehingga produk halal Indonesia harus memenuhi standar dunia. BPJPH terus meningkatkan kerja sama dengan berbagai kementerian, lembaga, pemerintah daerah, BUMN, serta asosiasi usaha untuk memperluas layanan sertifikasi halal. Selain itu, pemerintah juga mendorong program literasi halal seperti yang dilakukan Kemenag DKI Jakarta pada tahun 2025 untuk meningkatkan pemahaman para pelaku UMKM tentang pentingnya sertifikasi halal. Kondisi ini menunjukkan bahwa ketatnya regulasi dan luasnya pasar bisa bekerja sama, BPJPH menekankan bahwa sertifikasi halal adalah cara melindungi konsumen sekaligus menjadikan produk nasional lebih kompetitif (BPJPH, 2024).

Secara khusus, DKI Jakarta menjadi fokus utama dalam pelaksanaan program halal karena beberapa alasan strategis. Pertama, Jakarta merupakan ibu kota negara dengan jumlah penduduk mencapai 10,6 juta jiwa pada tahun 2023, dimana sekitar 89,6% atau 9,5 juta jiwa adalah Muslim (BPS, 2023). Besarnya populasi Muslim ini menjadikan Jakarta sebagai pasar potensial terbesar untuk produk halal di Indonesia. Kedua, Jakarta memiliki jumlah UMKM yang sangat besar, berdasarkan data dari program JakPreneur DKI Jakarta per November tahun 2025 tercatat 300.713 pelaku UMKM di wilayah DKI Jakarta, dimana sekitar 220.337 unit atau 73,3% dari total UMKM berada di bidang kuliner (Ppkukm & Jakarta, 2025). Ketiga, sebagai pusat bisnis nasional, Jakarta memiliki daya beli masyarakat yang tinggi dan kesadaran konsumen terhadap produk halal yang terus meningkat. Keempat, Pemerintah DKI

Jakarta melalui dinas terkait sangat aktif dalam memfasilitasi sertifikasi halal bagi UMKM. Sampai tahun 2025, Pemprov DKI Jakarta telah mendampingi sebanyak 15.837 pelaku UMKM dalam program sertifikasi halal. Dukungan seperti ini menunjukkan komitmen pemerintah daerah dalam meningkatkan kualitas dan daya saing UMKM kuliner di Jakarta.

Meski demikian, capaian sertifikasi halal di Jakarta masih jauh dari optimal. Berdasarkan data JakPreneur, dari 220.337 UMKM kuliner yang ada di DKI Jakarta, baru sekitar 12.700 usaha atau hanya sekitar 5,8% yang memiliki sertifikasi halal (Wahyu, 2024). Kesenjangan ini menunjukkan bahwa meskipun Jakarta memiliki fasilitas dan dukungan pemerintah yang lebih baik dibandingkan daerah lain, tingkat adopsi sertifikasi halal di kalangan UMKM kuliner masih sangat rendah. Fakta ini mengindikasikan adanya permasalahan mendasar yang menghambat pelaku UMKM kuliner di Jakarta untuk mengajukan sertifikasi halal, padahal potensi pasar halal di wilayah ini sangat besar dan belum sepenuhnya dimanfaatkan.

Di lapangan, beberapa isu dan kendala utama menghambat UMKM bidang kuliner dalam mengikuti sertifikasi halal. Pertama, banyak pengusaha masih kurang paham tentang prosedur sertifikasi, sering menganggap prosesnya sulit dan mahal. Rendahnya kesadaran akan halal, informasi yang tidak jelas, serta ketimpangan akses terhadap literasi digital membuat sebagian UMKM enggan mendaftarkan produk mereka, meskipun telah ada program "*self-declare*" yang gratis. Kedua, persepsi biaya sertifikasi yang tinggi menjadi penghambat signifikan, terutama bagi usaha mikro dan kecil dengan omzet terbatas. Seorang wakil pengusaha dari KADIN mengatakan bahwa UMKM dengan omzet kecil yang tidak masuk dalam skema *self-declare* masih melihat biaya sebagai beban berat dan kesadaran terhadap halal masih kurang, sehingga mereka sering bingung dalam memenuhi syarat halal (El Hasan, 2025). Ketiga, kompleksitas regulasi dan kurangnya sosialisasi efektif membuat pelaku UMKM kesulitan memahami kewajiban dan prosedur sertifikasi. Keempat, tekanan dari pasar juga berperan penting. Di satu sisi, konsumen terutama yang Muslim semakin kritis dan menuntut jaminan kehalalan produk, namun di sisi lain, persaingan dengan produk impor yang lebih murah atau kompetitor lokal yang sudah bersertifikat menciptakan dilema bagi UMKM yang belum memiliki sertifikat. Kondisi ini menjadi masalah krusial di tingkat daerah: bagaimana mengatasi hambatan birokrasi, biaya, dan literasi agar sertifikasi halal tidak hanya menjadi tugas administratif, tetapi menjadi peluang strategis untuk meningkatkan kualitas dan akses pasar bagi UMKM kuliner di Jakarta.

Beberapa studi terdahulu telah mengulas faktor-faktor yang mempengaruhi niat UMKM dalam memperoleh sertifikasi halal. Pertama, penelitian Jefri et al., (2024) yang dilakukan pada 100 pelaku usaha mikro dan kecil (UMK) di Kota Jambi yang telah mendaftar sertifikasi halal *self-declare* menggunakan metode kuantitatif dengan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, variabel kesadaran dan biaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pelaku usaha untuk melakukan sertifikasi halal, sedangkan pemahaman dan regulasi tidak memiliki pengaruh signifikan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa tingkat

kesadaran pelaku usaha terhadap pentingnya produk halal serta kemampuan mereka dalam menanggung biaya sertifikasi menjadi faktor utama yang mendorong keputusan untuk melakukan sertifikasi. Kedua, penelitian Agustiningsih et al., (2024) yang menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi minat pelaku UMKM di Indonesia untuk melakukan sertifikasi halal menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan SEM-PLS (*Partial Least Square Structural Equation Modeling*) terhadap 122 responden UMKM di berbagai daerah. Hasil pengujian menunjukkan bahwa kesadaran ($t = 2,065$), tekanan konsumen ($t = 4,328$), dan kebijakan pemerintah ($t = 2,976$) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat UMKM dalam mendaftarkan sertifikasi halal, sedangkan manfaat, pesaing, dan religiusitas tidak berpengaruh signifikan. Ketiga, penelitian Nazzriani & Miko, (2024) yang bertujuan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan biaya terhadap keputusan pelaku UMKM dalam mengajukan sertifikasi halal di LPPOM MUI Sumatera Utara menggunakan metode deskriptif kuantitatif dengan 80 responden dan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan biaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pelaku UMKM, dengan nilai koefisien determinasi sebesar 27%. Penelitian ini menegaskan bahwa pelayanan yang cepat, ramah, dan transparan, serta biaya sertifikasi yang terjangkau, menjadi faktor penentu utama yang meningkatkan niat pelaku UMKM untuk melakukan sertifikasi halal.

Berdasarkan ketiga penelitian tersebut, terlihat bahwa studi tentang faktor-faktor yang mempengaruhi niat UMKM memperoleh sertifikasi halal masih terbatas pada aspek tertentu. Sebagian besar penelitian hanya fokus pada variabel kesadaran halal sebagai faktor internal, sementara aspek eksternal seperti biaya sertifikasi, tekanan pasar (permintaan konsumen dan tekanan persaingan) serta regulasi pemerintah belum banyak dikaji secara komprehensif dan simultan. Penelitian Jefri et al., (2024) dan Nazzriani & Miko, (2024) hanya menguji pengaruh kesadaran, biaya, dan regulasi tanpa menambahkan unsur tekanan pasar yang dapat memengaruhi perilaku usaha. Sementara itu, penelitian Agustiningsih et al., (2024) meskipun telah memasukkan faktor eksternal seperti tekanan konsumen dan kebijakan pemerintah, namun belum menguji secara mendalam bagaimana regulasi dan biaya sertifikasi berpengaruh terhadap niat memperoleh sertifikat halal dalam konteks yang lebih spesifik seperti UMKM kuliner di Jakarta. Selain itu, belum ada penelitian yang secara khusus meneliti UMKM kuliner di DKI Jakarta dengan mempertimbangkan keempat aspek (kesadaran, biaya, regulasi, dan tekanan pasar) secara bersamaan menggunakan pendekatan SEM-PLS yang dapat menguji hubungan kompleks antar variabel secara lebih akurat.

Berdasarkan identifikasi tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak dari kesadaran akan halal, keterjangkauan biaya untuk sertifikasi, dukungan regulasi yang berlaku, dan tekanan pasar terhadap niat usaha kecil menengah (UMKM) di bidang kuliner DKI Jakarta dalam mendapatkan sertifikat halal. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan mengenai Jaminan Produk Halal serta tingkah laku pelaku usaha dengan memperhatikan situasi pasar dan

kondisi khusus di Jakarta. Secara praktis, hasil dari penelitian ini diharapkan bisa menjadi referensi bagi BPJPH, Kemenag, Pemprov DKI, serta lembaga pendukung UMKM dalam menyusun kebijakan seperti meningkatkan sosialisasi, memberikan subsidi biaya, menyederhanakan aturan, serta menjalankan kampanye produk halal lokal. Dengan demikian, penelitian ini membantu memahami faktor-faktor yang mendorong maupun menghambat proses sertifikasi halal UMKM dan mendukung pertumbuhan ekonomi halal di tingkat nasional.

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini, penulis menggunakan metode atau jenis kuantitatif yaitu proses mengumpulkan dan menganalisis data secara numerik. Hal ini akan menghasilkan pola dan rata-rata, membuat prediksi, menguji hubungan sebab akibat, dan menggeneralisasi hasil untuk populasi yang lebih luas. Penulis menggunakan data primer dengan menyebarkan kuesioner sesuai dengan *platform* kriteria yang diinginkan penulis dan penentuan sampel yang digunakan yaitu *purposive sampling*.

Penelitian ini menggunakan data primer. Data primer merupakan suatu data yang didapatkan dari responden melalui data wawancara, penyebaran kuesioner dan observasi yang dilakukan terhadap narasumber penelitian (Sujarweni, 2018). Data primer didapatkan dengan menyebarkan kuesioner secara daring melalui *google form* (G-Form). Kuesioner atau angket yang disebar kepada responden bersifat tertutup, sehingga responden hanya dapat memilih jawaban yang sudah tersedia pada angket.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh Kesadaran Halal terhadap Niat Memperoleh Sertifikat Halal

Hasil penelitian pada tabel T-statistik telah diketahui bahwa pengaruh Kesadaran Halal (KH) terhadap Niat UMKM Memperoleh Sertifikat Halal memiliki nilai sampel asli (O) sebesar 0,085 dan *P-value* 0,261 > 0,05 serta T-statistik adalah 1,124. Dinyatakan bahwa variabel Kesadaran Halal berpengaruh positif tidak signifikan terhadap Niat UMKM Memperoleh Sertifikat Halal, yang berarti setiap kenaikan satu satuan Kesadaran Halal akan meningkatkan Niat UMKM Memperoleh Sertifikat Halal sebesar 0,085 satuan. Indikator variabel Kesadaran Halal pada penelitian ini adalah pengetahuan mengenai syarat dan prosedur sertifikasi halal, serta pemahaman terhadap konsep halal dan manfaat sertifikasi bagi kepercayaan konsumen. Hasil nilai *outer loading* menunjukkan bahwa nilai tertinggi terdapat pada indikator pengetahuan tentang syarat dan prosedur sertifikasi halal dengan nilai *loading* sebesar 0,978 pada indikator Kesadaran Halal 1 (KH1) setelah modifikasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa meskipun pelaku UMKM sektor kuliner di DKI Jakarta telah memiliki kesadaran terhadap pentingnya produk halal, hal tersebut belum serta-merta mendorong terbentuknya niat untuk segera memperoleh sertifikat halal. Kondisi ini mengindikasikan bahwa kesadaran halal yang dimiliki para pelaku usaha masih berada pada tataran kognitif dan belum berhasil ditransformasi menjadi motivasi tindakan yang konkret. Berbagai hambatan praktis seperti keterbatasan waktu, kerumitan prosedur administrasi, serta prioritas

kelangsungan operasional usaha sehari-hari diduga menjadi faktor yang melemahkan hubungan antara kesadaran halal dan niat untuk memperoleh sertifikasi halal. Dengan demikian, diperlukan intervensi yang lebih terstruktur dari pemerintah maupun lembaga terkait untuk mengonversi kesadaran yang sudah ada menjadi niat tindakan yang nyata di kalangan pelaku UMKM.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Agustiningih et al., (2024), Jefri et al., (2024), serta Oemar et al., (2023), yang membuktikan bahwa variabel Kesadaran Halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat maupun keputusan UMKM dalam memperoleh sertifikasi halal. Hal ini membuktikan bahwa variabel Kesadaran Halal merupakan variabel yang dapat mempengaruhi Niat Memperoleh Sertifikat Halal secara positif, di mana semakin tinggi tingkat kesadaran pelaku UMKM terhadap pentingnya kehalalan produk, prosedur sertifikasi, serta manfaat yang diperoleh dari kepemilikan sertifikat halal, maka semakin kuat pula dorongan bagi mereka untuk mewujudkan niat tersebut ke dalam tindakan nyata guna meningkatkan kepercayaan konsumen dan daya saing usaha di pasar.

Pengaruh Keterjangkauan Biaya terhadap Niat Memperoleh Sertifikat Halal

Hasil penelitian pada tabel T-statistik telah diketahui bahwa pengaruh Keterjangkauan Biaya (KB) terhadap Niat UMKM Memperoleh Sertifikat Halal memiliki nilai sampel asli (O) sebesar 0,166 dan *P-value* $0,026 < 0,05$ serta T-statistik adalah 2,232. Dinyatakan bahwa variabel Keterjangkauan Biaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat UMKM Memperoleh Sertifikat Halal, yang berarti setiap kenaikan satu satuan Keterjangkauan Biaya akan meningkatkan Niat UMKM Memperoleh Sertifikat Halal sebesar 0,166 satuan. Indikator variabel Keterjangkauan Biaya pada penelitian ini adalah keterjangkauan biaya pendaftaran atau administrasi sertifikasi halal, biaya pemeriksaan dan audit oleh Lembaga Pemeriksa Halal (LPH), biaya penerbitan sertifikat halal, serta biaya tambahan untuk memperbarui sertifikat halal ketika terdapat perubahan bahan atau produk baru. Hasil nilai *outer loading* menunjukkan bahwa nilai tertinggi terdapat pada indikator biaya pemeriksaan dan audit oleh LPH dengan nilai *loading* sebesar 0,761 pada indikator Keterjangkauan Biaya 2 (KB2) setelah modifikasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin terjangkau biaya yang dibutuhkan untuk memperoleh sertifikasi halal, maka pelaku UMKM sektor kuliner di DKI Jakarta akan semakin terdorong untuk mewujudkan niat memperoleh sertifikat halal. Hal ini dapat dipahami mengingat sebagian besar responden dalam penelitian ini merupakan pelaku usaha dengan omzet di bawah Rp50.000.000 per bulan, sehingga pertimbangan finansial menjadi faktor yang sangat krusial dalam pengambilan keputusan terkait sertifikasi. Ketika biaya sertifikasi dinilai masih dalam batas kemampuan finansial pelaku usaha, maka hambatan ekonomi yang selama ini menjadi penghalang utama dapat diminimalisir, sehingga kesediaan untuk mendaftarkan produk ke lembaga sertifikasi halal pun meningkat. Kondisi ini juga mencerminkan bahwa program subsidi atau kemudahan pembiayaan sertifikasi halal

yang telah digulirkan pemerintah melalui skema *self declare* memberikan dampak positif terhadap peningkatan niat pelaku UMKM.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Jefri et al., (2024) dan Nazzriani & Miko, (2024), yang membuktikan bahwa variabel Keterjangkauan Biaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan maupun niat pelaku UMKM dalam memperoleh sertifikasi halal. Hal ini membuktikan bahwa variabel Keterjangkauan Biaya merupakan variabel yang dapat mempengaruhi Niat Memperoleh Sertifikat Halal secara positif, di mana kemampuan finansial pelaku usaha dalam menanggung seluruh komponen biaya sertifikasi menjadi salah satu faktor penentu utama yang secara konsisten terbukti mendorong partisipasi UMKM kuliner di DKI Jakarta dalam program sertifikasi halal.

Pengaruh Dukungan Regulasi terhadap Niat Memperoleh Sertifikat Halal

Hasil penelitian pada tabel T-statistik telah diketahui bahwa pengaruh Dukungan Regulasi (DR) terhadap Niat UMKM Memperoleh Sertifikat Halal memiliki nilai sampel asli (O) sebesar 0,036 dan *P-value* 0,651 > 0,05 serta T-statistik adalah 0,452. Dinyatakan bahwa variabel Dukungan Regulasi berpengaruh positif tidak signifikan terhadap Niat UMKM Memperoleh Sertifikat Halal, yang berarti setiap kenaikan satu satuan Dukungan Regulasi akan meningkatkan Niat UMKM Memperoleh Sertifikat Halal sebesar 0,036 satuan. Indikator variabel Dukungan Regulasi pada penelitian ini adalah kejelasan regulasi pemerintah terkait kewajiban sertifikasi halal, sosialisasi dan pemahaman regulasi yang dilakukan oleh pemerintah atau lembaga terkait, penegakan dan kepastian hukum melalui mekanisme sanksi dan pengawasan, serta kemudahan implementasi regulasi bagi pelaku UMKM. Hasil nilai *outer loading* menunjukkan bahwa nilai tertinggi terdapat pada indikator sosialisasi dan pemahaman regulasi dengan nilai *loading* sebesar 0,750 pada indikator Dukungan Regulasi 2 (DR2) setelah modifikasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa meskipun pemerintah telah menerbitkan berbagai regulasi terkait kewajiban sertifikasi halal, dukungan regulasi tersebut belum secara langsung mendorong terbentuknya niat pelaku UMKM sektor kuliner di DKI Jakarta untuk memperoleh sertifikasi halal. Kondisi ini mengindikasikan bahwa keberadaan regulasi semata belum cukup efektif apabila tidak disertai dengan implementasi sosialisasi yang masif, pendampingan teknis yang memadai, serta kemudahan prosedur yang dirasakan langsung oleh pelaku usaha di lapangan. Kompleksitas birokrasi dan rendahnya pemahaman pelaku UMKM terhadap alur sertifikasi yang ditetapkan oleh BPJPH diduga turut memperlemah hubungan antara dukungan regulasi dan niat untuk melakukan sertifikasi. Dengan demikian, keberadaan regulasi perlu diimbangi dengan upaya peningkatan literasi dan aksesibilitas layanan sertifikasi agar dapat benar-benar mendorong partisipasi aktif pelaku UMKM.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Agustiningih et al., (2024) serta Putri et al., (2025), yang membuktikan bahwa variabel Dukungan Regulasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat maupun

keputusan pelaku UMKM dalam memperoleh sertifikasi halal. Hal ini membuktikan bahwa variabel Dukungan Regulasi merupakan variabel yang sejatinya dapat mempengaruhi Niat Memperoleh Sertifikat Halal secara positif, namun dalam konteks penelitian ini pengaruh tersebut belum signifikan, kemungkinan karena pelaku UMKM sektor kuliner di DKI Jakarta belum merasakan dukungan regulasi secara langsung dan konkret dalam aktivitas usaha mereka sehari-hari.

Pengaruh Tekanan Pasar terhadap Niat Memperoleh Sertifikat Halal

Hasil penelitian pada tabel T-statistik telah diketahui bahwa pengaruh Tekanan Pasar (TP) terhadap Niat UMKM Memperoleh Sertifikat Halal memiliki nilai sampel asli (O) sebesar 0,351 dan *P-value* $0,000 < 0,05$ serta T-statistik adalah 3,718. Dinyatakan bahwa variabel Tekanan Pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat UMKM Memperoleh Sertifikat Halal, yang berarti setiap kenaikan satu satuan Tekanan Pasar akan meningkatkan Niat UMKM Memperoleh Sertifikat Halal sebesar 0,351 satuan. Indikator variabel Tekanan Pasar pada penelitian ini adalah meningkatnya tren konsumsi produk halal di masyarakat yang memotivasi pelaku usaha untuk memiliki sertifikasi halal. Hasil nilai *outer loading* menunjukkan bahwa nilai tertinggi terdapat pada indikator orientasi pasar terhadap tren halal dengan nilai *loading* sebesar 1,000 pada indikator Tekanan Pasar 4 (TP4) setelah modifikasi, yang mengindikasikan bahwa indikator tersebut menjadi representasi tunggal yang paling kuat dalam mengukur konstruk tekanan pasar pada penelitian ini.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin besar tekanan pasar yang dirasakan oleh pelaku UMKM sektor kuliner di DKI Jakarta, maka semakin kuat pula niat mereka untuk memperoleh sertifikat halal. Tekanan Pasar menjadi variabel dengan pengaruh terbesar di antara keempat variabel dalam penelitian ini, yang mencerminkan bahwa dorongan eksternal dari lingkungan persaingan usaha dan tuntutan konsumen lebih mampu menggerakkan niat pelaku UMKM dibandingkan faktor-faktor lainnya. Kondisi ini dapat dipahami mengingat Jakarta sebagai pusat bisnis dan konsumsi nasional memiliki tingkat persaingan usaha kuliner yang sangat tinggi, sehingga pelaku usaha yang belum memiliki sertifikat halal merasakan tekanan nyata untuk segera memperolehnya demi mempertahankan daya saing dan kepercayaan konsumen. Dengan demikian, kebutuhan untuk tetap relevan dan kompetitif di pasar menjadi motivasi yang paling kuat dalam mendorong niat sertifikasi halal di kalangan UMKM kuliner Jakarta.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Agustini et al., (2024) serta Azmi et al., (2019), yang membuktikan bahwa variabel Tekanan Pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat maupun keputusan pelaku UMKM dalam memperoleh sertifikasi halal. Hal ini membuktikan bahwa variabel Tekanan Pasar merupakan variabel yang dapat mempengaruhi Niat Memperoleh Sertifikat Halal secara positif, di mana desakan dari konsumen, kompetitor, dan ekosistem bisnis secara konsisten terbukti menjadi faktor eksternal yang paling dominan dalam mendorong partisipasi UMKM kuliner di DKI Jakarta pada program sertifikasi halal.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa kesadaran halal, keterjangkauan biaya, dukungan regulasi, dan tekanan pasar secara simultan berpengaruh terhadap niat UMKM sektor kuliner di DKI Jakarta dalam memperoleh sertifikasi halal. Kesadaran halal sebagai faktor internal terbukti membentuk sikap positif pelaku usaha terhadap pentingnya kehalalan produk, sehingga mendorong munculnya niat untuk melakukan sertifikasi. Di sisi lain, keterjangkauan biaya menjadi faktor yang sangat menentukan karena berkaitan dengan kemampuan finansial UMKM dalam menjalani proses sertifikasi, di mana persepsi biaya yang semakin terjangkau akan meningkatkan kecenderungan pelaku usaha untuk mengajukan sertifikasi halal. Dukungan regulasi dari pemerintah juga memberikan pengaruh melalui kebijakan, fasilitas, dan program yang mempermudah proses sertifikasi, sehingga menciptakan lingkungan yang kondusif bagi UMKM untuk berpartisipasi.

Selain itu, tekanan pasar yang berasal dari meningkatnya kesadaran konsumen terhadap produk halal serta persaingan dengan pelaku usaha lain turut menjadi faktor eksternal yang mendorong niat UMKM untuk memperoleh sertifikasi halal. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa niat UMKM tidak hanya dipengaruhi oleh faktor individu, tetapi juga oleh lingkungan eksternal yang menciptakan dorongan maupun tuntutan untuk beradaptasi. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kombinasi antara faktor kesadaran, kemampuan finansial, dukungan kebijakan, dan dinamika pasar secara bersama-sama membentuk niat pelaku UMKM dalam mengadopsi sertifikasi halal sebagai strategi untuk meningkatkan kepercayaan konsumen, daya saing usaha, serta keberlanjutan bisnis di tengah perkembangan industri halal yang semakin pesat.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustiningsih, M. D., Savitrah, R. M., Islami, N. N., & Lestari, P. C. A. (2024). Determinant Factors Influencing the Interest in Halal Certification: The Perspective of MSMEs in Indonesia. *Al-Muzara'Ah*, 12(2), 337–353. <https://doi.org/10.29244/jam.12.2.337-353>
- Ajzen, I. (1991). *The Theory of Planned Behavior The Theory of Planned Behavior*. 50(Desember), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1975). A Bayesian analysis of attribution processes. *Psychological Bulletin*, 82(2), 261–277. <https://doi.org/https://doi.org/10.1037/h0076477>
- Anggriani, R., Utama, D., Warkoyo, W., Wahyudi, V. A., Hafid, I., Maulana, A. A., Fitriana, N., & Nafis, D. (2024). Halal Certification Awareness Perceptions in Indonesian Food SMEs: An Investigation on Understanding, Knowledge, Impact, and Regulations. *Jurnal Ilmiah Teknik Industri*, 6869, 162–172. <https://doi.org/10.23917/jiti.v23i1.4461>
- AW Panca, NJ Ariana, K. A. (2017). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas wisatawan dan citra hotel melati di kelurahan seminyak kabupaten Badung Bali.

Jurnal Kepariwisata Dan Hospitalitas, 1(1), 65–72.

- Aziz, Y. A., & Chok, N. V. (2013). The Role of Halal Awareness, Halal Certification, and Marketing Components in Determining Halal Purchase Intention Among Non-Muslims in Malaysia: A Structural Equation Modeling Approach. *Journal of International Food and Agribusiness Marketing*, 25(1), 1–23. <https://doi.org/10.1080/08974438.2013.723997>
- Azmi, F. R., Abdullah, A., Yahaya, S. H., Woźniak, M., & Purnomo, M. R. A. (2019). Adoption of halal standard in Malaysian food industry: A case of small and medium enterprises. *Journal of Advanced Manufacturing Technology*, 13(3), 37–49.
- BPJPH. (2024). *Kepala BPJPH: Kewajiban Sertifikasi Halal Untuk Perlindungan Konsumen dan Kemudahan Pelaku Usaha*. BPJPH Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal. <https://bpjph.halal.go.id/detail/kepala-bpjph-kewajiban-sertifikasi-halal-untuk-perlindungan-konsumen-dan-kemudahan-pelaku-usaha>
- BPS. (2023). *Jumlah Penduduk Menurut Agama dan Kabupaten/Kota di Provinsi DKI Jakarta (Jawa)*, 2023. <https://jakarta.bps.go.id/id/statistics-table/2/ODQ0IzI=/jumlah-penduduk-menurut-agama-dan-kabupaten-kota-di-provinsi-dki-jakarta.html>
- Chin, W. W. (1998). *The Partial Least Squares Approach to Structural Equation Modeling*. Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- Dimaggio, P. J., & Powell, W. W. (2014). The Iron Cage Revisted : Institutional Isomorphism and Collective Rationality in Organizational Fields The Iron Cage Revisited : Institutional Isomorphism and Collective Rationality in Organizational Fields. *American Sociological Association*, 48(April 1983), 147–160. <https://doi.org/10.17323/1726-3247-2010-1-34-56>
- Dr. Priyono, M. (2008). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF*. ZIFATAMA PUBLISHING.
- El Hasan, S. S. (2025). *Realitas UMKM dalam Ekosistem Halal*. Kumparan.Com. <https://kumparan.com/sawqi-saad-el-hasan/realitas-umkm-dalam-ekosistem-halal-25rczwrWchD>
- Fathoni, M. A., Priyatno, P. D., Faizi, Wiryanto, F. S., Rachbini, W., & Suryani. (2025). Unlocking barriers and strategies of halal certification for micro and small enterprises in Indonesia: Analytic network process approach. *Problems and Perspectives in Management*, 23(1), 169–180. [https://doi.org/10.21511/ppm.23\(1\).2025.13](https://doi.org/10.21511/ppm.23(1).2025.13)
- Ghozali, I. (2016). *Buku aplikasi analisis multivarite dengan program IBM SPSS 23* (8th ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., Black, W. C., & Anderson, R. E. (2019). *MULTIVARIATE DATA ANALYSIS Multivariate Data Analysis*.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Rolph E. Anderson. (2010). *Multivariate Data Analysis* (7th ed.).
- Hair, J. F., Hopkins, L., Georgia, M., & College, S. (2014). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) An emerging tool in business research.

- EmeraldGroupPublishing Limited*, 26(2), 106–121.
<https://doi.org/10.1108/EBR-10-2013-0128>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (2nd ed.).
- Hair, J. F., Ringle, C. M., Danks, N. P., Hult, G. T. M., Sarstedt, M., & Ray, S. (2021). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R*.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7>
- Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2011). *PLS-SEM : Indeed a Silver Bullet*. 19(2), 139–151. <https://doi.org/10.2753/MTP1069-6679190202>
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2018). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *EmeraldPublishingLimited 0955-534X*, 31(December), 2–24. <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>
- Handayati, P., Rochayatun, S., Meldona, Jalaludin, A., & Bidin, R. (2023). DETERMINANT FACTORS TO INTENTION OF HALAL CERTIFICATION IN INDONESIA Article history : Keywords : Owner Knowledge ; Halal Certification ; Attitude ; Intention to Get Halal Certification . Handayati , P . , Rochayatun , S . , Meldona . , Jalaludin , A . , Bidi. *International Journal of Professional Business Review*, April, 1–17.
- Hasan, M. R. (2024). Regulasi Hukum Jaminan Produk Halal di Indonesia. *DE JURE Critical Laws Journal*, 5(2), 13–26.
<https://www.myjournal.id/index.php/jwh/article/view/48%0Ahttps://www.myjournal.id/index.php/jwh/article/download/48/31>
- Hussein, A. S. (2015). Penelitian Bisnis dan Manajemen Menggunakan Partial Least Squares (PLS) dengan smartPLS 3 . 0. *Universitas Brawijaya*, 1, 1–19.
- ISEF Indonesia Sharia Economic Festival. (2022). *SGIE Report 2022: Makanan Halal Indonesia Peringkat Dua Dunia*. ISEF Indonesia Sharia Economic Festival.
<https://isef.co.id/cat-artikel/sgie-report-2022-makanan-halal-indonesia-peringkat-dua-dunia/#:~:text=Melalui SGIE Report 2022%2C produk,sebagai nomor satu di dunia>
- Jefri, M., -, R., & Enggrani Fitri, L. (2024). Pengaruh Pemahaman, Kesadaran, Biaya dan Regulasi Terhadap Keputusan Pelaku Usaha Melakukan Sertifikasi Halal Self Declare. *ILTIZAM Journal of Shariah Economics Research*, 8(1), 80–93.
<https://doi.org/10.30631/iltizam.v8i1.2583>
- Juanda, B. (2009). *Metodologi penelitian ekonomi dan bisnis*.
- Khalek, A. A. (2014). Young Consumers' Attitude towards Halal Food Outlets and JAKIM's Halal Certification in Malaysia. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 121(September 2012), 26–34. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.01.1105>
- Liana, L. (2009). *Penggunaan MRA dengan Spss untuk Menguji Pengaruh Variabel Moderating terhadap Hubungan antara Variabel Independen dan Variabel Dependen*. XIV(2), 90–97.
- M. Topit Hidayat, & Sri Rahma Witta. (2024). Halal Certification and Implications for MSMEs: A Systematic Literature Review. *Journal of Business Management and Islamic Banking*, 03(2), 151–166. <https://doi.org/10.14421/jbmib.v3i1.2373>

- Nazzriani, N., & Miko, J. (2024). Pengaruh Pelayanan Dan Biaya Terhadap Keputusan Pelaku Usaha Untuk Mengajukan Sertifikat Halal Produk Umkm Pada Lppom Mui Sumut. *Jurnal Widyia*, 5(1), 679–694. <https://doi.org/10.54593/awl.v5i1.301>
- Noordin, N., Md Noor, N. L., Hashim, M., & Samicho, Z. (2009). Value chain of Halal certification system: A case of the Malaysia Halal Industry. *Proceedings of the European and Mediterranean Conference on Information Systems, EMCIS 2009, January 2009*.
- Oemar, H., Prasetyaningsih, E., Bakar, S. Z. A., Djamaludin, D., & Septiani, A. (2023). Awareness and intention to register halal certification of micro and small-scale food enterprises. *F1000Research*, 11, 1–55. <https://doi.org/10.12688/f1000research.75968.3>
- Ppkukm, D., & Jakarta, P. D. K. I. (2025). *DATA MINGGUAN DINAS PPKUKM. November*. Prof. Dr. Sugiyono. (2013). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF KUALITATIF DAN R&D* (19th ed.). Alfabeta.
- Putka, D. J., & Sackett, P. R. (2010). Reliability and validity. *Handbook of Employee Selection*, 41. <https://doi.org/https://doi.org/10.4324/9780203809808>
- Putri, N. T., Meuthia, M., Saputra, I. R., Rahmahdian, S. R., Vanany, I., & Zakuan, N. (2025). Internal Initiative vs External Pressure: Evidence from Halal Standard Adoption in Indonesian Food Small and Medium Industries (SMIs). *Indonesian Journal of Halal Research*, 7(1), 30–46. <https://doi.org/10.15575/ijhar.v7i1.38173>
- Ririn Tri Puspita Ningrum. (2022). Problematika Pelaku Usaha Mikro dan Kecil (UMK) di Kabupaten Madiun. *Istithmar : Jurnal Studi Ekonomi Syariah*, 6(1), 43–58.
- Roopa, S., & Rani, M. (2012). *Questionnaire Designing for a Survey 1*. 46(December), 273–277.
- Santoso, S., Alfarisah, S., Fatmawati, A. A., & Ubaidillah, R. (2021). Correlation Analysis of the Halal Certification Process and Perceptions of the Cost of Halal Certification with the Intentions of Food and Beverage SMEs Actors. *Religious: Jurnal Studi Agama-Agama Dan Lintas Budaya*, 5(2), 297–308. <https://doi.org/10.15575/rjsalb.v5i2.11627>
- Sujarweni, V. W. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi Pendekatan Kuantitatif*. Pustaka Baru Press.
- Taufiq, A., & Sadali, A. (2025). *Analisis Regulasi Halal Dan Implikasinya Bagi Umkm : Literature Systematic Review*. 21, 42–52.
- Tornatzky, L. G., Fleischer, M., & Chakrabarti, A. K. (1990). *The processes of technological innovation*. Lexington Books.
- Utama, D. M., Ramadhani, T. A., & Dewi, S. K. (2025). Prioritization of barriers to halal certification adoption for food SME: a study using Fuzzy Analytic Hierarchy Process. *Agrointek : Jurnal Teknologi Industri Pertanian*, 19(4), 897–906. <https://doi.org/10.21107/agrointek.v19i4.26695>
- Wahyu SK. (2024). *Sertifikasi Halal Produk UMKM di Jakarta Tetap Difasilitasi*. Akurat.Co. <https://www.akurat.co/umkm/1304712688/sertifikasi-halal->

Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah

Vol 8 No 6 (2026) 2588 – 2600 P-ISSN 2656-2871 E-ISSN 2656-4351

DOI: 10.47467/alkharaj.v8i6.11931

produk-umkm-di-jakarta-tetap-difasilitasi