JIEI (Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam)
ISSN: 2477-6157; E-ISSN 2579-6534
Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM)
Institut Teknologi Bisnis AAS Indonesia
journal.jiei.aas@gmail.com

Pengaruh sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku persepsi terhadap niat mengajukan sertifikasi halal pada umkm di Kota Surabaya

Dewi Alvi Komariah
Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Negeri Surabaya, Indonesia
Email: dewi.22157@mhs.unesa.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku terhadap niat pelaku UMKM di Kota Surabaya untuk memperoleh sertifikasi halal. Pendekatan kuantitatif dengan metode survei eksplanatori digunakan dalam penelitian ini, dengan memanfaatkan data primer yang dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarkan kepada pemilik UMKM di sektor makanan dan minuman yang belum bersertifikat halal. Teknik *purposive sampling* digunakan untuk menentukan sampel, sehingga diperoleh 101 responden. Analisis data dilakukan menggunakan regresi berganda dengan perangkat lunak SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat UMKM untuk memperoleh sertifikasi halal, baik secara parsial maupun simultan. Nilai *Adjusted R-Square* sebesar 0,879 menunjukkan bahwa 87,9% variasi dalam niat memperoleh sertifikasi halal dapat dijelaskan oleh ketiga variabel tersebut, sedangkan 12,1% sisanya dipengaruhi oleh variabel di luar cakupan penelitian ini. Temuan ini memperkuat penerapan *Theory of Planned Behavior* dalam menjelaskan niat pemilik UMKM untuk mengajukan sertifikasi halal serta memperluas penerapannya pada konteks kepatuhan halal di kalangan pelaku usaha. Dari sisi praktis, hasil penelitian mengisyaratkan perlunya penguatan sosialisasi dan edukasi mengenai manfaat sertifikasi halal, peningkatan dukungan sosial, serta penyederhanaan prosedur disertai pendampingan yang lebih baik untuk meningkatkan kepercayaan diri pemilik UMKM dalam menjalani proses sertifikasi halal. Implikasi ini dapat menjadi masukan bagi pemerintah, BPJPH, dan lembaga pendampingan halal dalam merumuskan strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan niat dan partisipasi UMKM dalam memperoleh sertifikasi halal.

Kata kunci: Sikap, Intensi Memperoleh Sertifikasi Halal, Kontrol Perilaku yang Dipersepsikan, Norma Subjektif, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).

Abstract

This study analyzes the influence of attitude, subjective norms, and behavioral control on MSMEs' intention in Surabaya City to obtain halal certification. A quantitative approach employing an explanatory survey method was used, utilizing primary data collected via questionnaires distributed to MSME owners in the food and beverage sector who do not yet possess halal certification. Purposive sampling was used to select the sample, resulting in 101 respondents. Data were analyzed using multiple regression in SPSS. The results indicate that attitude, subjective norms, and behavioral control positively and significantly influence MSMEs' intention to obtain halal certification, both partially and simultaneously. The Adjusted R-Square value of 0.879 indicates that 87.9% of the variation in the intention to obtain halal certification can be explained by these three variables, while the remaining 12.1% is influenced by variables outside the scope of this study. These findings reinforce the application of the Theory of Planned Behavior in explaining MSME owners' intentions to apply for halal certification and extend its applicability to the context of halal compliance among business operators. From a practical standpoint, the results imply a need to strengthen outreach and

JIEI (Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam)
ISSN: 2477-6157; E-ISSN 2579-6534
Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM)
Institut Teknologi Bisnis AAS Indonesia
journal.jiei.aas@gmail.com

education regarding the benefits of halal certification, enhance social support, and simplify procedures while providing better assistance to boost MSME owners' confidence in undergoing the halal certification process. These implications can serve as input for the government, BPJPH, and halal assistance agencies in formulating more effective strategies to increase MSME intention and participation in obtaining halal certification.

Keywords: *Attitude, Intention to Obtain Halal Certification, Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs), Perceived Behavioral Control, Subjective Norm.*

Pendahuluan

Perkembangan ekonomi halal global di Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang signifikan, mencakup berbagai macam sektor mulai dari makanan, kosmetik, farmasi, fashion, hingga pariwisata. Laporan *Global Islamic Economy Indicator* tahun 2024 menempatkan Indonesia pada peringkat ketiga negara dengan ekonomi syariah terbaik di dunia setelah Malaysia dan Arab Saudi, dengan kemajuan di sektor makanan halal, busana muslim, media Islami, dan keuangan syariah. (DinarStandard, 2025). Selain itu, Indonesia memiliki posisi strategis dalam rantai pasok halal global, di mana peningkatan ekosistem halal dunia dapat mendorong adanya peningkatan kebutuhan jaminan halal pada produk nasional (Alamsyah et al., 2022).

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia yang menyumbang lebih dari 60% PDB nasional dan menyerap sekitar 97% tenaga kerja. Kontribusi UMKM terhadap ekspor nasional Indonesia mencapai sekitar 15,7% dari total ekspor. Kontribusi UMKM terhadap ekspor tersebut juga akan terus ditingkatkan pada tahun ini sehingga akan mendukung pencapaian target pertumbuhan ekspor sekitar 9% dalam lima tahun mendatang. Hingga saat ini jumlah UMKM mencapai lebih dari 64 juta unit usaha. (Kemenkop, 2025). Distribusi UMKM berdasarkan kategori sektor usaha menunjukkan bahwa sektor perdagangan menjadi yang terbesar, yaitu sekitar 14,43 juta unit. Selanjutnya diikuti oleh sektor akomodasi serta makanan dan minuman sebanyak 6,4 juta unit. Dalam hal ini, UMKM di sektor makanan dan minuman menjadi sektor paling dominan dalam industri halal karena langsung berkaitan dengan konsumsi masyarakat dan memiliki potensi risiko kehalalan yang paling tinggi. Besarnya jumlah pelaku usaha pada sektor ini menjadikan sertifikasi halal sebagai kebutuhan strategis tidak hanya untuk memenuhi syarat regulasi, tetapi juga untuk meningkatkan kepercayaan dan loyalitas konsumen.

UMKM sektor makanan dan minuman merupakan salah satu sektor yang memberikan kontribusi yang dominan terhadap pertumbuhan perekonomian nasional. Pada Triwulan II/2024, lapangan usaha penyediaan akomodasi dan makan minuman mencatat kontribusi sebesar Rp145.865,6 miliar atau 2,63% terhadap total Produk Domestik Bruto (PDB) nasional yang mencapai Rp5.536.495,2 miliar. Dalam hal ini, sektor penyediaan makan minum memberikan kontribusi 2,03% pada periode yang sama. Jika dibandingkan dengan Triwulan I/2023, kontribusi sektor ini menunjukkan pertumbuhan yang positif, yang terlihat dari peningkatan persentase kontribusi pada setiap kuartal sepanjang 2023 hingga 2024. Peningkatan tersebut menunjukkan bahwa aktivitas usaha di bidang makanan dan minuman terus berkembang, didukung oleh tingginya permintaan masyarakat serta peran UMKM sebagai penggerak utama pada sektor tersebut. Gambarr

Kota Surabaya menunjukkan adanya pertumbuhan ekonomi yang positif pada tahun 2024, yaitu mencapai sekitar 5,45 % lebih tinggi dibandingkan dengan pertumbuhan ekonomi Jawa Timur, yaitu sebesar 4,91 % dan nasional sebesar 4,95 %. Faktor utama yang mendorong adanya pertumbuhan ini adalah konsumsi rumah tangga dan belanja pemerintah yang didukung oleh peningkatan investasi proyek dan perluasan bisnis. Sebagai sebuah kota besar, perkembangan ekonomi Surabaya didorong oleh sektor industri dan layanan, terutama

JIEI (Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam)
ISSN: 2477-6157; E-ISSN 2579-6534
Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM)
Institut Teknologi Bisnis AAS Indonesia
journal.jiei.aas@gmail.com

dalam bidang perdagangan dan jasa. Sektor tersebut terus menunjukkan perkembangan yang signifikan, mencerminkan daya saing yang tinggi serta lingkungan usaha yang mendukung kemajuan ekonomi. Dengan adanya stabilitas ekonomi yang terjaga dan proyek pembangunan yang sedang dilaksanakan, Surabaya semakin memperkuat perannya sebagai pusat ekonomi di Jawa Timur dan memberikan kontribusi penting terhadap pertumbuhan ekonomi di tingkat nasional. Berdasarkan data dari Dinas Koperasi dan UMKM Kota Surabaya tahun 2024 terdapat lebih 60.000 UMKM yang aktif di Kota Surabaya dan terdapat sekitar 55.509 UMKM bergerak di bidang sektor makanan dan minuman. Namun, dari jumlah tersebut, baru sekitar 40 persen UMKM yang telah mengantongi sertifikasi halal, yaitu hanya sekitar 980 UMKM yang telah memiliki sertifikasi halal. Dalam hal ini dijelaskan bahwa tingkat kesadaran pelaku usaha di Kota Surabaya terhadap pentingnya sertifikasi halal perlu ditingkatkan agar sejalan dengan perkembangan industri halal nasional dan potensi perkembangan ekonomi di Kota Surabaya.

Kota Tangerang merupakan sebuah kota yang termasuk dalam top 20 kota dengan jumlah produk bersertifikasi halal terbanyak di Indonesia, yaitu berada pada peringkat ketiga setelah Kota Jakarta Utara dan Kota Jakarta Timur. Jika dibandingkan dengan Kota Surabaya, berdasarkan data Laju Pertumbuhan Ekonomi dari Badan Pusat Statistik, Kota Tangerang pada tahun 2023 yaitu sekitar 5,57 % dan selanjutnya pada tahun 2024 tumbuh melambat yaitu sekitar 5,04 %. Pada Triwulan II tahun 2025, Kota Tangerang menunjukkan laju pertumbuhan ekonomi sebesar 5,20 %, lebih rendah jika dibandingkan dengan Kota Surabaya yang memiliki tingkat pertumbuhan ekonomi di tahun 2024 sekitar 5,45% dan meningkat sepanjang tahun 2025 yaitu sekitar 5,76% yang masih melampaui rata-rata pertumbuhan ekonomi Jawa Timur. Hasil pencapaian ini didukung oleh adanya penguatan ekonomi kerakyatan berbasis UMKM dan layanan digitalisasi. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan mengapa Kota Tangerang memiliki lebih banyak pelaku usaha yang memiliki sertifikasi halal dibandingkan dengan Kota Surabaya yang memiliki pertumbuhan ekonomi yang positif. Dalam hal ini, aktivitas ekonomi menjadi meningkat sehingga dapat mendorong adanya persaingan antar pelaku usaha atau UMKM menjadi semakin kuat. Dengan adanya kondisi tersebut menunjukkan adanya kesenjangan dimana Kota Surabaya sebagai wilayah dengan pertumbuhan ekonomi yang lebih tinggi justru belum diikuti oleh tingginya tingkat kepemilikan sertifikasi halal UMKM. Padahal, dalam kondisi persaingan pasar yang semakin ketat, sertifikasi halal berperan sebagai strategi dalam peningkatan daya saing dan kepercayaan konsumen yang dapat memperkuat posisi UMKM di pasar. Dijelaskan pada penelitian (Hidayat, 2024) bahwa sertifikasi halal tidak hanya berdampak kepatuhan regulasi saja tetapi juga dapat menjadi instrumen yang penting dalam meningkatkan daya saing UMKM.

Dalam rangka upaya untuk memperkuat kepastian halal suatu produk, pemerintah BPJPH menerbitkan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (JPH) yang diperkuat oleh Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2024 tentang Penyelenggaraan Bidang Jaminan Produk Halal. Bagi pelaku usaha menengah dan ke atas, kewajiban tersebut telah berlaku sejak tanggal 17 Oktober 2024. Adapun BPJPH juga menegaskan ketentuannya paling lambat yaitu tanggal 17 Oktober 2026 seluruh produk makanan dan minuman pelaku usaha wajib telah memiliki sertifikasi halal. Adapun ketentuan ini diberlakukan untuk produk luar negeri. Regulasi tersebut mewajibkan seluruh produk makanan dan minuman bersertifikat halal sesuai tenggat waktu yang ditetapkan (BPJPH, 2025). LPPOM juga melaporkan bahwa dari sekitar 60 juta lebih UMKM di Indonesia, sekitar 50 % di bidang kuliner, yaitu sekitar 30 juta UMKM, baru sekitar 2,4 juta pelaku usaha yang memiliki sertifikasi halal (LPPOM, 2025). Hal ini menunjukkan bahwa meskipun adanya regulasi pemerintahan, masih belum

JIEI (Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam)
ISSN: 2477-6157; E-ISSN 2579-6534
Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM)
Institut Teknologi Bisnis AAS Indonesia
journal.jiei.aas@gmail.com

sepenuhnya efektif dalam meningkatkan kesadaran maupun motivasi pelaku UMKM dalam melakukan sertifikasi halal (Margarena & Ikhwan Setiawan, 2022).

Disisi lain aspek kehalalan suatu produk juga merupakan perintah syariat islam yang memiliki kedudukan penting dalam islam. Dalam hal ini dijelaskan dalam firman Allah SWT dalam Qs. Al - Baqarah : 168

يَٰٓأَيُّهَا ٱلنَّاسُ كُلُوا۟ مِمَّا فِى ٱلْأَرْضِ حَلَٰلًا طَيِّبًا ۖ وَلَا تَتَّبِعُوا۟ خُطُوَٰتِ ٱلشَّيْطَٰنِ ۚ إِنَّهُۥ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

> "*Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu*".

Ayat ini menegaskan bahwa penyediaan dan pemastian tentang kehalalan suatu produk bukan hanya sebagai kewajiban administrasi sesuai dengan regulasi pemerintah, namun juga merupakan tanggung jawab moral dan agama bagi pelaku usaha. Dengan demikian, rendahnya kepatuhan UMKM terhadap sertifikasi halal mencerminkan bahwa aspek nilai dan kesadaran keagamaan belum sepenuhnya terealisasi baik dalam praktik usaha.

BPJPH mengungkapkan bahwa kesadaran pelaku UMKM di Indonesia masih tergolong rendah dalam memiliki sertifikasi halal. Berdasarkan data dari BPJPH, dari 66 juta pelaku usaha di Indonesia, sebagian UMKM hanya sekitar 2,4 juta yang sudah memiliki sertifikasi halal. Kepala BPJPH juga menegaskan bahwa meskipun potensi pasar halal dunia mencapai Rp 21.000 triliun, Indonesia baru menguasai sekitar 3,4 persen dari potensi tersebut. Sertifikat halal bukan hanya kewajiban hukum, tetapi juga kebutuhan masyarakat serta peluang besar dalam pengembangan ekonomi nasional. Sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia, Indonesia memiliki peranan untuk memastikan bahwa produk yang ada sudah memenuhi standar halal dan aman (Cholil et al., 2025).

Kontribusi pemerintah dalam implementasi jaminan produk halal masih mengalami beberapa hambatan yang terjadi, salah satunya adalah kompleksitas birokrasi dan regulasi yang menghambat pelaku usaha untuk memperoleh sertifikasi halal. Proses administrasi yang ada masih belum mudah dipahami serta belum ada keseragaman sistem antara beberapa lembaga yang dapat menyebabkan proses sertifikasi halal menjadi lambat dan kurang efisien (Othman et al., 2023). Hambatan birokrasi ini semakin terlihat ketika pelaku usaha harus berhadapan dengan berbagai dokumen dan persyaratan sertifikasi halal yang tidak seragam dengan prosedur yang berbeda pada tiap lembaga. Meskipun pemerintah telah menyediakan pendampingan halal secara gratis, realisasi pendaftaran UMKM untuk sertifikasi halal masih tergolong rendah. Banyak pelaku UMKM yang belum mengajukan sertifikasi halal karena terkendala biaya tambahan di luar program sertifikasi halal gratis serta minimnya pemahaman terkait prosedur pengajuan sertifikasi halal (Styaningrum et al., 2025). Hal ini menunjukkan bahwa faktor biaya dan literasi administrasi tetap menjadi beban bagi UMKM, terutama bagi mereka yang memiliki pengetahuan dan akses informasi yang terbatas.

Selain adanya kendala dan hambatan pemerintah dalam implementasi jaminan produk halal, kendala dan hambatan dalam proses sertifikasi halal juga masih terjadi pada para pelaku UMKM dalam melaksanakan sertifikasi halal. Dalam hal ini, kendala tidak hanya bersifat teknis seperti adanya birokrasi atau kurangnya informasi mengenai sertifikasi halal, tetapi juga berasal dari faktor psikologis dan pengaruh sosial (Faikoh & Anwar, 2025). Banyak pelaku usaha masih berpikir bahwa sertifikasi halal hanya sebagai beban dan bukti administrasi, bukan sebagai potensi atau sebuah nilai tambah bagi usaha mereka. Sertifikasi halal dapat menjadi potensi bagi pelaku usaha untuk meningkatkan kualitas produk, menumbuhkan kepercayaan konsumen terhadap produk, menciptakan loyalitas konsumen, serta

JIEI (Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam)
ISSN: 2477-6157; E-ISSN 2579-6534
Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM)
Institut Teknologi Bisnis AAS Indonesia
journal.jiei.aas@gmail.com

meningkatkan daya saing di pasar (Apriliyanto & Hidayati, 2023). Meskipun secara konsep telah dijelaskan bahwa sertifikasi halal memiliki berbagai manfaat, beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa sikap pelaku usaha terhadap sertifikasi halal masih beragam dan belum sepenuhnya positif, yang dapat memengaruhi mereka untuk mengajukan sertifikasi halal. (Putri, 2024) menjelaskan bahwa sebagian pelaku usaha masih memandang bahwa sertifikasi halal belum menjadi kebutuhan utama bagi usaha mereka serta belum memberikan dampak langsung pada peningkatan pendapatan usaha (Fathudin & Prawiro, 2023). Sertifikasi halal sering dipandang sebagai beban administrasi karena dianggap memerlukan biaya, waktu, dan prosedur yang sulit. Rendahnya pemahaman pelaku UMKM terhadap manfaat jangka panjang sertifikasi halal bagi usaha mereka turut membentuk sikap pelaku UMKM terhadap sertifikasi halal (Ridho et al., 2023). Penelitian (Anggriani, 2024) menambahkan bahwa meskipun sebagian pelaku usaha menyadari bahwa pentingnya kehalalan produk, keterbatasan informasi dan pengetahuan mengenai prosedur sertifikasi halal menyebabkan sikap yang kurang mendukung terhadap pengajuan sertifikasi halal.

Selain adanya faktor sikap individu, norma subjektif juga menjadi faktor penting yang mempengaruhi niat pelaku usaha dalam mengajukan sertifikasi halal. Meskipun mayoritas penduduk yang ada di Jawa Timur beragama muslim dengan hadirnya beberapa ulama, pesantren, dan komunitas muslim lainnya, pengaruh sosial belum secara efektif terimplementasi dengan baik dan mendorong tindakan langsung di lapangan terkait dengan sertifikasi halal, namun harus terdapat dukungan dari pemerintahan. Kebijakan pemerintahan belum terealisasikan dengan baik dalam bentuk pengawasan dan pendampingan; kini masih terdapat kesenjangan, yaitu kurangnya distribusi pendampingan proses produk halal yang masih tidak merata, khususnya di wilayah pedesaan yang belum memiliki panitia khusus untuk pendampingan halal. Hal tersebut menjadi kendala meskipun adanya dorongan moral dari ulama atau tokoh agama yang sering kali tidak menghasilkan tindakan nyata di lapangan (Huda et al., 2024). Selain adanya sikap dan norma subjektif, kontrol perilaku yang dirasakan juga menjadi faktor penting yang memengaruhi niat pelaku UMKM dalam mengajukan sertifikasi halal. Beberapa pelaku usaha memandang bahwa proses pendaftaran sertifikasi halal merupakan prosedur yang sulit, rumit, dan membutuhkan waktu yang relatif lama. Persepsi tersebut dapat melemahkan keyakinan pelaku usaha terhadap kemampuan mereka untuk menyelesaikan seluruh tahapan dan persyaratan sertifikasi halal yang telah ditetapkan. Ketika pelaku usaha merasa memiliki keterbatasan sumber daya, baik dari sisi pengetahuan, waktu, maupun kemampuan administratif, maka niat untuk mengajukan sertifikasi halal cenderung menurun. Kondisi ini menunjukkan bahwa rendahnya kontrol perilaku yang dirasakan menjadi salah satu hambatan internal dalam proses pengambilan keputusan sertifikasi halal pada pelaku UMKM (Utama et al., 2025).

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa Theory of Planned Behavior, yaitu sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dipersepsikan, berperan penting dalam membentuk niat individu terhadap suatu tindakan. Aslan (2023) menemukan bahwa sikap positif terhadap produk halal, kesadaran halal, serta kepercayaan konsumen berpengaruh signifikan terhadap niat membeli produk kuliner halal di Turki. Penelitian ini menegaskan pentingnya faktor psikologis dalam keputusan konsumsi, tetapi berfokus pada perilaku konsumen, bukan pelaku usaha. Selanjutnya, (Widyanto & Sitohang, 2022) juga membuktikan bahwa sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku berpengaruh positif terhadap niat membeli kosmetik halal di Indonesia, di mana sikap menjadi faktor mediasi dominan. Namun, penelitian-penelitian tersebut masih terbatas pada konteks produk konsumtif, bukan pada niat melakukan sertifikasi halal secara administratif dan strategis seperti pada pelaku UMKM. Sementara itu, (Puspita, 2023) menunjukkan bahwa ketiga variabel TPB berpengaruh signifikan terhadap perilaku pembelian makanan halal di Indonesia, namun penelitiannya berhenti pada level

JIEI (Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam)
ISSN: 2477-6157; E-ISSN 2579-6534
Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM)
Institut Teknologi Bisnis AAS Indonesia
journal.jiei.aas@gmail.com

perilaku individu tanpa mempertimbangkan faktor organisasi atau kebijakan usaha. Di sisi lain, Fiandari et al. (2024) menambahkan unsur religiusitas dan word of mouth sebagai faktor yang memperkuat hubungan antara sikap dan niat beli produk halal, menegaskan bahwa konteks sosial dapat memperkuat efek TPB. Wahono (2024) juga menemukan bahwa norma subjektif dan kontrol perilaku menjadi penentu penting dalam niat kewirausahaan, tetapi fokusnya adalah pada entrepreneurial intention mahasiswa dan masyarakat adat, bukan pada keputusan kepatuhan terhadap sertifikasi halal. Penelitian (Batool et al., 2024) menegaskan validitas konstruk TPB di bidang lingkungan, di mana norma subjektif dan sikap positif mendorong perilaku pro-lingkungan, menunjukkan bahwa model TPB adaptif di berbagai konteks. Namun, belum ada penelitian yang menerapkan TPB secara spesifik pada konteks niat sertifikasi halal pelaku UMKM, padahal keputusan tersebut tidak hanya dipengaruhi faktor pribadi tetapi juga persepsi terhadap biaya, kemudahan proses, dan tekanan sosial dari konsumen maupun pemerintah daerah. Terakhir, Yarmohammadi et al. (2023) membuktikan peran mediasi sikap dan norma subjektif dalam mengatasi hambatan perilaku sosial, namun masih berorientasi pada konteks medis, bukan ekonomi atau kepatuhan bisnis. Selanjutnya Pendekatan Theory of Planned Behavior juga telah dibuktikan efektif dalam menjelaskan keputusan seseorang dalam berperilaku untuk membeli produk halal dalam penelitian terdahulu yag dilakukan oleh Siti Salmah & Anwar Adem Shikur, (2023) serta niat pelaku usaha dalam melakukan sertifikasi halal dalam penelitian yang dilakukan oleh Agustiningsih et al., (2024).

Namun demikian, masih terdapat beberapa keterbatasan pada penelitian terdahulu. Pertama, sebagian besar penelitian yang menggunakan TPB dalam konteks halal masih berfokus pada perilaku konsumen, seperti keputusan atau niat membeli produk halal, sehingga objek perilakunya berbeda dengan keputusan pelaku usaha untuk melakukan sertifikasi halal. Kedua, penelitian yang membahas sertifikasi halal pelaku usaha masih lebih banyak membahas tentang aspek regulasi, biaya, manfaat sertifikasi, kesiapan usaha, dan hambatan administratif. Penelitian yang membahas sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan sebagai faktor psikologis pembentuk niat sertifikasi halal masih terbatas. Ketiga, penelitian terdahulu mengenai sertifikasi halal juga belum banyak difokuskan pada karakteristik wilayah perkotaan tertentu, khususnya pada Kota Surabaya, sehingga belum dapat menjelaskan bagaimana faktor psikologis dan sosial pelaku UMKM di wilayah tersebut membentuk niat untuk melakukan sertifikasi halal. Kesenjangan tersebut menjadi sangat relevan apabila dikaitkan dengan kondisi UMKM di Kota Surabaya. Surabaya merupakan salah satu pusat perdagangan dan aktivitas ekonomi di Jawa Timur dengan jumlah UMKM yang besar, termasuk UMKM pada sektor makanan dan minuman. Kondisi tersebut menjadikan Surabaya memiliki karakteristik lingkungan usaha yang berbeda dengan daerah perkotaan lainnya, karena pelaku UMKM berhadapan dengan persaingan pasar yang tinggi, konsumen yang beragam, perkembangan digitalisasi usaha, serta tuntutan terhadap jaminan kehalalan produk. Dengan demikian, keputusan pelaku UMKM untuk melakukan sertifikasi halal tidak hanya berkaitan dengan adanya kewajiban regulasi, tetapi juga dapat dipengaruhi oleh bagaimana pelaku usaha memandang sertifikasi halal, sejauh mana lingkungan sosial memberikan dukungan serta sejauh mana mereka merasa mampu memenuhi prosedur dan persyaratan sertifikasi halal.

Dengan demikian, penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian terdahulu karena tidak menempatkan sertifikasi halal sebagai regulasi, biaya, atau manfaat ekonomi, akan tetapi menganalisis dari segi perilaku pelaku UMKM melalui tiga konstruk utama TPB, yaitu sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan. Selain itu, penelitian ini secara khusus memfokuskan objek penelitian pada pelaku UMKM di Kota Surabaya, sehingga dapat memberikan penjelasan mengenai faktor psikologis dan sosial yang memengaruhi niat

JIEI (Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam)
ISSN: 2477-6157; E-ISSN 2579-6534
Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM)
Institut Teknologi Bisnis AAS Indonesia
journal.jiei.aas@gmail.com

sertifikasi halal pada wilayah perkotaan dengan aktivitas ekonomi yang lebih tinggi sepeti Kota Surabaya. Pemilihan objek Kota Surabaya juga membuat penelitian ini berfokus pada analisis apakah sikap pelaku usaha terhadap sertifikasi halal, tekanan atau dukungan sosial dari lingkungan, serta persepsi mengenai kemampuan dan kemudahan dalam menjalankan proses sertifikasi halal berhubungan dengan niat mereka untuk melakukan sertifikasi.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi niat sertifikasi halal pelaku UMKM di Kota Surabaya dengan menggunakan pendekatan Theory of Planned Behavior (TPB) yang dikembangkan oleh Ajzen (1991). TPB menjelaskan bahwa niat seseorang untuk melakukan suatu tindakan dipengaruhi oleh tiga faktor utama, yaitu sikap terhadap perilaku (attitude toward the behavior), norma subjektif (subjective norm), dan kontrol perilaku yang dirasakan (perceived behavioral control). Ketiga faktor ini dipercaya dapat menjelaskan perilaku pelaku usaha dalam konteks pengambilan keputusan untuk mendaftarkan sertifikasi halal. Untuk memahami niat dan persepsi pelaku usaha UMKM berdasarkan kesenjangan pada permasalahan tersebut, Theory of Planned Behavior (TPB) yang dikemukakan oleh (Ajzen, 1991) menjadi kerangka teori yang relevan. Teori TPB menjelaskan bahwa niat seseorang untuk melakukan suatu perilaku ditentukan oleh tiga faktor utama, yaitu sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan. Penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya fokus pada aspek regulasi, biaya sertifikasi serta manfaat ekonomi bagi pelaku usaha. Namun, unsur psikologis yang memengaruhi niat perilaku pelaku usaha belum dianalisis lebih lanjut dan belum banyak dianalisis secara mendalam. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku terhadap niat sertifikasi halal di kalangan pelaku UMKM di Surabaya. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi empiris bagi pengembangan teori TPB dalam konteks halal business compliance serta menjadi rekomendasi dan bukti nyata bagi pemerintah, BPJPH, MUI, dan lembaga pendamping dalam meningkatkan partisipasi UMKM dalam sertifikasi halal.

Kajian Teori

Teori Perilaku Berencana (TPB)

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teori Perilaku Berencana (Theory of Planned Behavior / TPB) oleh Ajzen tahun 1991 yang merupakan pengembangan dari Teori Tindakan Beralasan (Theory of Reasoned Action/ TRA) yang pertama kali diperkenalkan oleh Ajzen tahun 1980. Menurut TPB, terdapat tiga komponen utama yang mempengaruhi perilaku manusia. Komponen tersebut adalah sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku.

Pertama, sikap terhadap perilaku adalah kecenderungan seseorang untuk merespons secara positif atau negatif terhadap suatu tindakan yang akan dilakukan. Sikap terbentuk berdasarkan penilaian individu terhadap hasil yang mungkin diperoleh dari perilaku tersebut. Apabila pelaku UMKM menilai bahwa sertifikasi halal akan membawa manfaat, seperti meningkatkan kepercayaan konsumen dan memperluas pasar, maka sikap positif tersebut akan meningkatkan niat mereka untuk melakukan sertifikasi halal (Ajzen 2005). Kedua, norma subjektif mencerminkan tekanan sosial yang dirasakan individu dari lingkungan sekitarnya, seperti keluarga, teman, konsumen, komunitas, maupun pemerintah. Jika pelaku UMKM merasa bahwa pihak penting di sekitar mereka mendukung proses sertifikasi halal, maka dorongan sosial tersebut dapat memperkuat niat mereka untuk melakukan sertifikasi. Norma subjektif juga terkait dengan keyakinan normatif dan motivasi untuk mematuhi harapan sosial tersebut (Ajzen & Fishbein, 1977). Ketiga, kontrol perilaku yang dirasakan menunjukkan sejauh mana seseorang merasa mampu dan memiliki sumber daya, kemampuan, serta kesempatan untuk melakukan suatu perilaku. Dalam konteks penelitian ini, kontrol perilaku mencerminkan sejauh mana pelaku UMKM merasa mampu dalam mengurus sertifikasi halal,

JIEI (Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam)
ISSN: 2477-6157; E-ISSN 2579-6534
Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM)
Institut Teknologi Bisnis AAS Indonesia
journal.jiei.aas@gmail.com

memahami prosedur, memiliki akses terhadap pendampingan, serta mampu mengatasi kendala biaya dan administrasi. Menurut Ajzen (1991) kontrol perilaku terbentuk dari dua aspek, yaitu keyakinan kontrol (control belief) dan kekuatan kontrol (perceived power).

TPB memberikan pedoman untuk memprediksi dan menjelaskan perilaku sosial manusia yang bersifat terencana. Kontrol perilaku muncul dari keyakinan pelaku usaha terhadap kemampuannya dalam memahami prosedur, memenuhi persyaratan, serta mengatasi kendala administratif maupun biaya dalam proses sertifikasi halal. Ketika pelaku usaha merasa bahwa proses sertifikasi halal mudah diakses, didukung oleh adanya pendampingan dan informasi yang jelas, maka tingkat kontrol perilaku mereka akan meningkat, sehingga memperkuat niat untuk melakukan sertifikasi halal (Niswa et al., 2025). Sebaliknya, apabila pelaku usaha mengalami keterbatasan akses informasi, minimnya pemahaman prosedur, atau kendala biaya dan waktu, maka persepsi kontrol mereka menjadi rendah, yang dapat melemahkan niat untuk mendaftar sertifikasi halal. Dengan demikian, kontrol perilaku yang dirasakan menjadi elemen penting dalam Theory of Planned Behavior, karena memiliki kekuatan untuk meningkatkan atau menurunkan niat pelaku usaha dalam bertindak, termasuk dalam konteks pengambilan keputusan untuk mengurus sertifikasi halal. Semakin tinggi persepsi kemudahan dan kemampuan yang dimiliki pelaku UMKM, semakin kuat pula niat mereka untuk melaksanakan sertifikasi halal sebagai bagian dari kepatuhan dan strategi peningkatan daya saing usaha (Fiandari et al., 2024).

Niat Mengajukan Sertifikasi Halal

Menurut Wikamorys dan Rochmach (2017), niat merupakan kemampuan individu yang didasarkan pada maksud dan keinginan untuk melakukan suatu perilaku. Dalam Theory of Planned Behavior, Ajzen (1991) menjelaskan bahwa niat merupakan faktor utama yang menentukan apakah seseorang akan melakukan suatu perilaku tertentu. Niat terbentuk melalui proses pertimbangan individu terhadap suatu tindakan sehingga mencerminkan tingkat kesiapan dan komitmen untuk merealisasikan perilaku tersebut. Keberadaan niat memiliki peran yang sangat penting karena menjadi penghubung antara keyakinan dan tindakan nyata seseorang. Individu yang memiliki niat kuat cenderung menunjukkan kesungguhan, usaha, dan konsistensi yang lebih tinggi dalam mencapai tujuan yang diinginkannya. Oleh karena itu, niat dipandang sebagai aspek psikologis yang mampu mendorong seseorang untuk mewujudkan perilaku sesuai dengan tujuan, keyakinan, serta keputusan yang telah ditetapkan. Dalam konteks penelitian ini, niat menggambarkan kesiapan pelaku UMKM untuk mengajukan sertifikasi halal sebagai bentuk kepatuhan terhadap regulasi sekaligus upaya meningkatkan kualitas produk, kepercayaan konsumen, dan daya saing usaha.

Adapun indikator niat menurut (Wikamorys & Rochmach, 2017) yaitu sebagai berikut :

1. Target (*targetion*). Objek spesifik yang dituju oleh perilaku atau tindakan tersebut.
2. Tindakan (*action*). Perilaku nyata atau langkah yang akan dilaksanakan oleh individu.
3. Situasi (*context*). Lingkungan, kondisi, atau tempat di mana perilaku tersebut dibuktikan dan dilaksanakan.
4. Waktu (*time*). Kerangka waktu atau rencana spesifik kapan perilaku tersebut akan direncanakan.

Sikap

Sikap menurut Ajzen (1991), penilaian individu terhadap suatu perilaku sebagai sesuatu yang disukai atau tidak disukai berdasarkan keyakinan mengenai konsekuensi yang akan diperoleh dari perilaku tersebut. Dalam konteks ini, sikap dipandang sebagai hasil evaluasi seseorang terhadap manfaat maupun kerugian yang mungkin timbul sebelum mengambil suatu

JIEI (Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam)
ISSN: 2477-6157; E-ISSN 2579-6534
Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM)
Institut Teknologi Bisnis AAS Indonesia
journal.jiei.aas@gmail.com

keputusan. Sikap tidak hanya mencerminkan kecenderungan untuk menerima atau menolak suatu tindakan, tetapi juga menggambarkan keyakinan individu terhadap hasil yang akan diperoleh apabila perilaku tersebut dilakukan. Keberadaan sikap memiliki peran penting dalam membentuk keputusan dan arah perilaku seseorang. Individu yang memiliki sikap positif terhadap suatu tindakan akan cenderung menunjukkan keyakinan, kesiapan, serta kemauan yang lebih besar untuk mewujudkan tindakan tersebut. Oleh karena itu, sikap dipandang sebagai aspek psikologis yang mampu mendorong seseorang dalam menentukan pilihan perilaku sesuai dengan tujuan dan keyakinannya. Dalam konteks penelitian ini, sikap pelaku UMKM terhadap sertifikasi halal terbentuk dari keyakinan bahwa sertifikasi halal dapat meningkatkan kepercayaan konsumen, memperluas peluang pasar, meningkatkan daya saing usaha, serta menjadi bentuk kepatuhan terhadap ajaran agama, sehingga sikap positif tersebut dapat memperkuat niat pelaku UMKM untuk mengajukan sertifikasi halal.

Adapun indikator sikap menurut Rofiqo et al., (2022) yaitu sebagai berikut :

1. Komponen Kognitif. Menggambarkan bagaimana tingkat kepercayaan seseorang yang dapat mempengaruhi harapan. Jika kepercayaan seseorang tinggi, maka dapat menciptakan sikap positif seseorang terhadap suatu objek.
2. Komponen Afektif. Komponen afektif menggambarkan perasaan seseorang yang disertai dengan emosi. Dapat diartikan juga sebagai bagaimana perasaan seseorang terhadap suatu objek.
3. Perilaku (daya tanggap). Perilaku dapat digambarkan sebagai bagaimana cara seseorang untuk menanggapi dan menyikapi sebuah objek dengan perilaku tertentu.

Norma Subjektif

Norma Subjektif menurut Wikamorys dan Rochmach (2017), norma subjektif merupakan persepsi individu mengenai tekanan atau dukungan sosial dari orang-orang maupun kelompok yang dianggap penting terhadap suatu perilaku. Norma subjektif terbentuk dari keyakinan individu mengenai harapan pihak lain yang memiliki pengaruh dalam pengambilan keputusan, sehingga individu terdorong untuk melakukan atau menghindari suatu tindakan. Dalam konteks ini, norma subjektif dipandang sebagai bentuk pengaruh sosial yang mampu membentuk kecenderungan seseorang dalam berperilaku melalui pandangan, saran, maupun dukungan dari lingkungan sekitarnya. Keberadaan norma subjektif memiliki peran penting dalam proses pengambilan keputusan karena individu cenderung mempertimbangkan pendapat orang-orang yang dianggap penting sebelum melakukan suatu tindakan. Semakin besar dukungan sosial yang diterima, semakin tinggi pula kecenderungan individu untuk mewujudkan perilaku tersebut. Oleh karena itu, norma subjektif dipandang sebagai aspek sosial yang mampu mendorong seseorang dalam menentukan perilakunya. Dalam konteks penelitian ini, norma subjektif pelaku UMKM tercermin dari adanya dukungan pemerintah melalui kebijakan dan pendampingan sertifikasi halal, anjuran tokoh agama, serta dorongan dari keluarga, rekan usaha, dan lingkungan bisnis. Dukungan tersebut diharapkan mampu memperkuat niat pelaku UMKM di Kota Surabaya untuk mengajukan sertifikasi halal.

Adapun indikator norma subjektif menurut Rofiqo et al,. (2022) yaitu sebagai berikut :

1. Keyakinan normative (Normative beliefs)
   Keyakinan seseorang tentang sejauh mana orang lain yang dianggap penting (seperti keluarga, teman, tokoh masyarakat, atau atasan) mengharapkan dirinya untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku tertentu. Keyakinan normatif dapat diartikan sebagai pandangan individu terhadap tekanan sosial atau harapan sosial yang datang dari lingkungan sekitarnya.
2. Motivasi untuk patuh (Motivation to comply)

JIEI (Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam)
ISSN: 2477-6157; E-ISSN 2579-6534
Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM)
Institut Teknologi Bisnis AAS Indonesia
journal.jiei.aas@gmail.com

Motivasi untuk patuh merupakan dorongan dalam diri seseorang untuk menyesuaikan perilaku dengan harapan dan tuntutan orang-orang yang dianggap penting dalam hidupnya. Hal ini muncul karena adanya kebutuhan untuk diterima, dihargai, atau menjaga hubungan baik dengan lingkungan sosialnya.

Kontrol Perilaku Persepsian

Menurut Ajzen (1991), kontrol perilaku persepsian merupakan pandangan individu tentang sejauh mana individu memiliki kemampuan untuk mengatasi hambatan dari faktor-faktor yang mempengaruhi pelaksanaan perilaku tersebut. Jadi, kontrol perilaku digambarkan sebagai bagaimana persepsi individu mengenai kemudahan, kesulitan, dan ketersediaan sumber daya dalam melakukan suatu perilaku tersebut. Dengan demikian, kontrol perilaku dapat dipahami sebagai penilaian individu mengenai kemampuan mereka untuk melakukan suatu perilaku meskipun dengan adanya beberapa hambatan yang dialami.

Kontrol perilaku merupakan tingkat keyakinan seseorang terhadap kemampuan mereka dalam menghadapi hambatan untuk melakukan suatu tindakan (Armitage & Conner, 2001). Kontrol perilaku memiliki keterkaitan dengan self-efficacy, yaitu keyakinan individu terhadap kemampuan diri sendiri untuk melakukan suatu tindakan (Bandura et al., 1997). Jadi kontrol perilaku juga dapat dipengaruhi oleh adanya dorongan tentang keyakinan sebuah kemampuan individu dalam melakukan suatu tindakan, sehingga dapat lebih terdorong dan mendukung untuk melakukan suatu tindakan tersebut. Persepsi kontrol perilaku UMKM merujuk pada pandangan, penilaian, dan keyakinan mereka terhadap sejauh mana kemampuan individu dalam melakukan suatu objek tertentu. Dapat diasumsikan bahwa semakin tinggi kontrol perilaku yang dirasakan oleh UMKM maka semakin besar keyakinan merka bahwa mereka mampu mengatasi prosedur, biaya, hambatan waktu dan persyaratan dokumen, maka semakin kuat minat sertifikasi halal mereka.

Adapun indikator norma subjektif menurut Shanbhag et al. (2023) yaitu sebagai berikut :

1. Keyakinan kontrol (*Control Belief*)
   Menggambarkan kepercayaan seseorang tentang ada atau tidak adanya hambatan untuk melakukan sebuah perilaku. Kepercayaan dapat terbentuk melalui informasi dari individu atau orang lain tentang suatu perilaku.
2. Kekuatan kontrol (*Perceived Power*)
   Persepsi seseorang yang menggambarkan bagaimana seseorang dapat melakukan sebuah perilaku yang dipengaruhi oleh adanya risiko dan tantangan ketika nantinya melakukan perilaku tersebut.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian explanatory survey untuk menguji hubungan dan pengaruh antarvariabel. Penelitian dilakukan terhadap pelaku UMKM sektor makanan dan minuman yang belum memiliki sertifikasi halal di Kota Surabaya. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode non-probability sampling dengan pendekatan purposive sampling, yaitu pemilihan responden berdasarkan kriteria tertentu. Kriteria tersebut meliputi pelaku UMKM yang berdomisili di Kota Surabaya, memiliki omzet tahunan kurang dari Rp300.000.000, bergerak di sektor makanan dan minuman, serta belum memiliki sertifikasi halal. Berdasarkan perhitungan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10%, diperoleh kebutuhan sampel sebanyak 100 responden. Namun, jumlah responden yang diperoleh dalam penelitian ini adalah 101 orang. Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner, sedangkan analisis data menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan IBM SPSS Statistics versi 26.

JIEI (Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam)
ISSN: 2477-6157; E-ISSN 2579-6534
Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM)
Institut Teknologi Bisnis AAS Indonesia
journal.jiei.aas@gmail.com

Pemilihan Kota Surabaya sebagai lokasi penelitian didasarkan pada pertimbangan kondisi ekonomi dan karakteristik masyarakatnya. Berdasarkan data BPS tahun 2024, perekonomian Surabaya tumbuh sebesar 5,76%, lebih tinggi dibandingkan rata-rata pertumbuhan ekonomi Provinsi Jawa Timur sebesar 4,93%, yang didukung oleh sektor perdagangan, jasa, dan industri pengolahan. Selain itu, berdasarkan data Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kota Surabaya (2024), jumlah penduduk Muslim mencapai 2.598.020 jiwa atau sekitar 86,08% dari total penduduk. Data Lembaga Pendamping Proses Produk Halal (LP3H) Yayasan Matahari Jawa Timur juga menunjukkan bahwa Surabaya merupakan wilayah dengan jumlah UMKM binaan dan kegiatan pendampingan sertifikasi halal terbanyak dibandingkan beberapa daerah lain di Jawa Timur, seperti Sidoarjo dan Mojokerto. Pemilihan sektor makanan dan minuman juga didasarkan pada kontribusinya terhadap perekonomian nasional. Menurut data BPS yang diolah oleh Goodstats (2024), kontribusi sektor penyediaan akomodasi serta makanan dan minuman terhadap PDB nasional meningkat dari 1,92% pada kuartal II tahun 2023 menjadi 2,03% pada kuartal II tahun 2024. Penelitian ini dilaksanakan pada Januari hingga Maret 2026.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelaku UMKM sektor makanan dan minuman yang belum memiliki sertifikasi halal. Menurut Sugiyono (2019), populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek dengan karakteristik tertentu yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan dianalisis sehingga dapat ditarik kesimpulan. Sampel merupakan bagian dari populasi yang dipilih untuk mewakili karakteristik populasi tersebut (Sugiyono, 2019). Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Slovin atau Yamane karena jumlah populasi telah diketahui. Berdasarkan data Dinas Koperasi tahun 2024, jumlah UMKM sektor makanan dan minuman di Kota Surabaya yang belum memiliki sertifikat halal mencapai 23.000 unit. Dengan tingkat kesalahan sebesar 10%, perhitungan rumus Slovin menghasilkan jumlah sampel sebesar 99,57 yang kemudian dibulatkan menjadi 100 responden. Dalam pelaksanaannya, penelitian memperoleh 101 responden yang memenuhi kriteria penelitian.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner atau angket berbentuk checklist kepada pelaku UMKM yang memenuhi kriteria penelitian. Sebelum mengisi kuesioner utama, responden terlebih dahulu melalui pertanyaan penyaringan (screening question) untuk memastikan kesesuaiannya dengan karakteristik sampel. Instrumen penelitian disusun berdasarkan variabel sikap, norma subjektif, kontrol perilaku, dan niat sertifikasi halal. Penyebaran kuesioner dilakukan secara langsung maupun secara daring melalui Google Forms atau media sosial apabila responden tidak memungkinkan untuk mengisi secara tatap muka. Penyusunan dan penyebaran instrumen memperhatikan etika penelitian, termasuk penggunaan bahasa yang mudah dipahami, menghindari pertanyaan diskriminatif, serta menjaga privasi dan kerahasiaan data responden. Pengukuran jawaban menggunakan skala Likert lima poin, mulai dari sangat tidak setuju (1), tidak setuju (2), netral (3), setuju (4), hingga sangat setuju (5), sebagaimana mengacu pada Sugiyono (2019) dan Ghozali (2018).

Sebelum digunakan dalam analisis utama, instrumen penelitian diuji validitas dan reliabilitasnya. Uji validitas bertujuan memastikan setiap item pernyataan mampu mengukur variabel penelitian secara tepat. Menurut Hardani (2020), instrumen dinyatakan valid apabila item-itemnya mampu mengukur variabel sesuai dengan tujuan penelitian. Pengujian dilakukan melalui pilot test terhadap responden yang memiliki karakteristik serupa dengan populasi penelitian, tetapi tidak termasuk dalam sampel utama. Kriteria validitas ditentukan dengan membandingkan nilai r-hitung dan r-tabel, yaitu instrumen dinyatakan valid apabila r-hitung lebih besar daripada r-tabel (Sugiyono, 2019). Selanjutnya, uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui konsistensi jawaban responden terhadap instrumen penelitian. Pengujian reliabilitas menggunakan metode Cronbach's Alpha, dengan nilai koefisien minimal 0,70

JIEI (Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam)
ISSN: 2477-6157; E-ISSN 2579-6534
Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM)
Institut Teknologi Bisnis AAS Indonesia
journal.jiei.aas@gmail.com

sebagai batas reliabilitas yang dapat diterima (Hardani, 2020). Setelah instrumen memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas, data dianalisis melalui uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas, kemudian dilanjutkan dengan regresi linier berganda. Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji F untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara simultan, uji t untuk mengetahui pengaruh secara parsial, serta koefisien determinasi untuk mengukur kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen (Sahir, 2021; Sugiyono, 2019).

Hasil Penelitian

Tabel 1, Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Sikap	1	0,771	0,197	Valid
	2	0,729	0,197	Valid
	3	0,567	0,197	Valid
	4	0,671	0,197	Valid
	5	0,580	0,197	Valid
	6	0,710	0,197	Valid
	7	0,618	0,197	Valid
	8	0,752	0,197	Valid
Norma Subjektif	1	0,781	0,197	Valid
	2	0,669	0,197	Valid
	3	0,585	0,197	Valid
	4	0,668	0,197	Valid
	5	0,800	0,197	Valid
Kontrol Perilaku	1	0,779	0,197	Valid
	2	0,686	0,197	Valid
	3	0,721	0,197	Valid
	4	0,757	0,197	Valid
Niat Sertifikasi Halal	1	0,762	0,197	Valid
	2	0,595	0,197	Valid
	3	0,721	0,197	Valid
	4	0,474	0,197	Valid
	5	0,616	0,197	Valid
	6	0,631	0,197	Valid
	7	0,715	0,197	Valid
	8	0,724	0,197	Valid

Sumber: Data diolah penulis (2026)

Menurut informasi pada Tabel 1, didapatkan rumus df = N-2 = 98; dengan α = 0,05 diperoleh r tabel = 0,197. Pada uji validitas penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa datanya valid sebab signifikansi r hitung > r tabel dan tingkat signifikansi semua item pernyataan penelitian ini kurang dari 0,05 (Ghozali, 2021).

JIEI (Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam)
ISSN: 2477-6157; E-ISSN 2579-6534
Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM)
Institut Teknologi Bisnis AAS Indonesia
journal.jiei.aas@gmail.com

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Ketentuan	Keterangan
Sikap	0,830	0,7	Reliabel
Norma Subjektif	0,778	0,7	Reliabel
Kontrol Perilaku	0,716	0,7	Reliabel
Niat Sertifikasi Halal	0,812	0,7	Relibel

Sumber: Data diolah penulis (2026)

Berdasarkan hasil dari tabel 2, pengujian pada tabel uji reliabilitas mendapatkan nilai dengan Cronbach's Alpha 0,830 dari variabel sikap, Cronbach's Alpha 0,778 dari variabel norma subjektif , Nilai Cronbach's Alpha dari kontrol perilaku adalah 0,716 dan nilai Cronbach's Alpha dari variabel niat sertifikasi halal adalah 0,812. Nilai yang tertera pada Cronbach's Alpha pada tabel menunjukkan bahwa semua variabel dinyatakan reliabel atau memiliki reliabilitas yang baik karena memiliki nilai lebih besar dari 0,7.

Tabel 3. Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov

Unstandardized Residual			
	N		101
Normal Parameters	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	1.39897851	
Most Extreme Differences	Absolute		.053
	Positive		.053
	Negative		-.050
Test Statistic			.053
Asymp. Sig. (2-tailed)			.200[c,d]

Sumber: Data diolah penulis (2026)

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200, yang berarti lebih besar dari 0,05 (0,094 > 0,05). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa data residual dalam model regresi berdistribusi normal. Selain itu, nilai Test Statistic sebesar 0,053 menunjukkan bahwa penyimpangan distribusi residual terhadap distribusi normal relatif kecil. Hal ini mengindikasikan bahwa asumsi normalitas pada model regresi telah terpenuhi.

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Collinearity Statistic	
		Tolarance	VIF
1	(Constant)		
	Sikap	.204	4.906
	Norma Subjektif	.237	4.226
	Kontrol Perilaku	.301	3.324

Sumber: Data diolah penulis (2026)

JIEI (Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam)
ISSN: 2477-6157; E-ISSN 2579-6534
Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM)
Institut Teknologi Bisnis AAS Indonesia
journal.jiei.aas@gmail.com

Pada Tabel 4, dapat dilihat bahwa nilai VIF pada ketiga variabel diatas < 10 dan nilai tolerance > 0,01, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah multikolinearitas pada model regresi.

Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model		T	Sig.
1	(Constant)	2.096	.039
	Sikap	.944	.347
	Norma Subjektif	-1.038	.302
	Kontrol Perilaku	-.317	.752

Sumber: Data diolah penulis (2026)

Berdasarkan tabel 5, nilai signifikansi pada variabel transparansi (X1) sebesar 0,347, variabel empati (X2) sebesar 0,302, dan *Social Influence* (X3) sebesar 0,752 yang mana > 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi ini tidak mengalami heteroskedastisitas.

Tabel 6. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

		Unstandardized Coeeficients	
	Model	B	Std Error
1	(Constant)	2.472	1.186
	Sikap	.458	.075
	Norma Subjektif	.459	.105
	Kontrol Perilaku	.363	.111

Sumber: Data diolah penulis (2026)

Berdasarkan Tabel 6, hasil analisis regresi linier berganda menghasilkan persamaan Y = 2,472 + 0,458 X1 + 0,459 X2 + 0,363 X3. Nilai konstanta sebesar 2,472 menunjukkan bahwa apabila variabel sikap (X1), norma subjektif (X2), dan kontrol perilaku (X3) tidak mengalami perubahan, maka nilai niat sertifikasi halal (Y) sebesar 2,472. Koefisien regresi variabel sikap sebesar 0,458 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan sikap akan meningkatkan niat sertifikasi halal sebesar 0,458, dengan asumsi variabel lainnya tetap. Variabel norma subjektif memiliki koefisien sebesar 0,459, yang berarti setiap peningkatan satu satuan norma subjektif akan meningkatkan niat sertifikasi halal sebesar 0,459, dengan asumsi variabel lainnya tetap. Sementara itu, koefisien regresi kontrol perilaku sebesar 0,363 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan kontrol perilaku akan meningkatkan niat sertifikasi halal sebesar 0,363, dengan asumsi variabel lainnya tetap. Dengan demikian, ketiga variabel independen memiliki arah hubungan positif terhadap niat sertifikasi halal..

Tabel 7. Hasil Uji T (Parsial)

Variabel	t hitung	t tabel	Sig.	Keterangan
Sikap	6,148	1,984	<,001	Berpengaruh
Noma Subjektif	4,360	1,984	<,001	Berpengaruh
Kontrol Perilaku	3,262	1,984	0,002	Berpengaruh

Sumber: Data diolah penulis (2026)

JIEI (Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam)
ISSN: 2477-6157; E-ISSN 2579-6534
Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM)
Institut Teknologi Bisnis AAS Indonesia
journal.jiei.aas@gmail.com

Berdasarkan hasil uji t pada Tabel 7, diperoleh nilai t hitung variabel sikap (X1) sebesar 6,148, norma subjektif (X2) sebesar 4,360, dan kontrol perilaku (X3) sebesar 3,262. Adapun nilai t tabel sebesar 1,984 yang diperoleh dari perhitungan dengan tingkat signifikansi 5%, sehingga pengambilan keputusan didasarkan pada nilai signifikansi kurang dari 0,05 atau t hitung lebih besar dari t tabel. Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel sikap memiliki nilai signifikansi 0,001 dan t hitung 6,148, sehingga berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat sertifikasi halal UMKM di Kota Surabaya. Variabel norma subjektif juga berpengaruh positif dan signifikan, dengan nilai signifikansi 0,002 dan t hitung 4,360. Sementara itu, variabel kontrol perilaku memiliki nilai signifikansi 0,001 dan t hitung 3,262, sehingga juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat sertifikasi halal. Dengan demikian, ketiga variabel independen, yaitu sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku, secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat sertifikasi halal UMKM di Kota Surabaya..

Tabel 8. Hasil Uji F (Simultan)

Model		Mean Square	F	Sig.
1	Regression	490,016	242,862	<,001
	Residual	2,018		

Sumber: Data diolah penulis (2026)

Berdasarkan hasil uji F pada Tabel 8, diperoleh nilai F hitung sebesar 242,862 dengan nilai signifikansi sebesar 0,001. Pengambilan keputusan dilakukan dengan membandingkan nilai signifikansi dengan 0,05 atau nilai F hitung dengan F tabel. Apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 atau F hitung lebih besar dari F tabel, maka variabel independen dinyatakan berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel Sikap (X1), Norma Subjektif (X2), dan Kontrol Perilaku (X3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Niat Sertifikasi Halal UMKM di Kota Surabaya (Y).

Tabel 9. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,939	0,883	0,879	1.420

Sumber: Data diolah penulis (2026)

Berdasarkan Tabel 9, dapat diketahui bahwa nilai adjusted R square adalah 0,879 atau setara dengan 87,9%. Angka tersebut menunjukkan bahwa variabel bebas memengaruhi variabel terikatnya sebesar 87,9%. Ini menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan memiliki kemampuan yang baik dalam menjelaskan hubungan antarvariabel. Adapun sisanya sebesar 12,1**%** dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian yang tidak diteliti yang dapat memengaruhi minat donasi.

Pembahasan

Pengaruh Sikap Terhadap Niat Sertifikasi Halal UMKM di Kota Surabaya

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM di Kota Surabaya memiliki penilaian positif terhadap sertifikasi halal sebagai sesuatu yang memberikan manfaat bagi keberlangsungan usaha. Sertifikasi halal tidak hanya dipandang sebagai bentuk kepatuhan

JIEI (Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam)
ISSN: 2477-6157; E-ISSN 2579-6534
Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM)
Institut Teknologi Bisnis AAS Indonesia
journal.jiei.aas@gmail.com

terhadap ketentuan pemerintah maupun syariat Islam, tetapi juga sebagai sarana untuk meningkatkan kepercayaan konsumen, memperluas pasar, meningkatkan daya saing, dan dapat memberikan nilai tambah bagi produk usaha mereka.Temuan ini menunjukkan bahwa semakin positif penilaian pelaku UMKM terhadap sertifikasi halal, semakin kuat pula niat mereka untuk mengajukan sertifikasi halal. Pengaruh tersebut dapat dijelaskan melalui keyakinan pelaku usaha terhadap konsekuensi yang akan diperoleh setelah memiliki sertifikasi halal. Ketika sertifikasi halal dipandang mampu meningkatkan kepercayaan konsumen, memberikan nilai tambah pada produk, memperluas peluang pasar, dan meningkatkan daya saing usaha, maka sertifikasi halal akan dinilai sebagai sesuatu yang memberikan manfaat bagi keberlangsungan usaha, bukan semata-mata sebagai kewajiban administratif.

Dalam konteks UMKM di Kota Surabaya, penilaian tersebut menjadi penting karena pelaku usaha harus mempertimbangkan manfaat dari setiap keputusan yang berkaitan dengan keberlangsungan usahanya. Sertifikasi halal yang dipersepsikan mampu memberikan manfaat ekonomi sekaligus memenuhi kebutuhan konsumen Muslim akan menghasilkan evaluasi yang lebih positif. Evaluasi positif tersebut kemudian mendorong terbentuknya niat untuk mengajukan sertifikasi halal. Dengan demikian, pengaruh sikap dalam penelitian ini tidak hanya menunjukkan bahwa pelaku UMKM mengetahui pentingnya sertifikasi halal, tetapi juga menunjukkan bahwa keyakinan terhadap manfaat sertifikasi halal menjadi dasar bagi mereka dalam menentukan apakah sertifikasi tersebut layak untuk diupayakan.

Dalam Theory of Planned Behavior yang dikemukakan oleh Ajzen (1991), dijelaskan bahwa sikap merupakan evaluasi dari diri seseorang terhadap suatu tindakan berdasarkan pada hasil yang akan diperoleh. Apabila seseorang memiliki evaluasi positif terhadap suatu tindakan, maka kecenderungan untuk membentuk niat melakukan tindakan tersebut juga akan semakin tinggi. Dalam konteks penelitian ini, pelaku UMKM yang percaya bahwa sertifikasi halal mampu meningkatkan kualitas usaha, memperkuat citra produk, dan meningkatkan kepercayaan konsumen akan memiliki niat yang lebih besar untuk melakukan sertifikasi halal.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Aslan (2023) yang menyimpulkan bahwa sikap berpengaruh positif terhadap niat melakukan perilaku halal. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa semakin positif persepsi individu terhadap atribut halal, maka semakin tinggi pula niat untuk melakukan tindakan yang berkaitan dengan halal. Walaupun objek penelitian berbeda, yaitu perilaku konsumen, mekanisme pembentukan niat tetap sama, yaitu didorong oleh evaluasi positif terhadap manfaat halal. Temuan penelitian ini juga mendukung penelitian Niswa (2025) yang menyatakan bahwa sikap pelaku usaha berpengaruh signifikan terhadap niat sertifikasi halal. Sikap positif muncul karena pelaku usaha menyadari bahwa sertifikasi halal mampu meningkatkan citra usaha, memperluas akses pasar, dan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk yang dipasarkan.

Pengaruh Norma Subjektif terhadap Niat Sertifikasi Halal UMKM di Kota Surabaya

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keputusan pelaku UMKM untuk mengurus sertifikasi halal tidak hanya dipengaruhi oleh keinginan pribadi, tetapi juga oleh adanya dukungan, harapan, maupun dorongan dari lingkungan sekitar. Lingkungan tersebut dapat berasal dari keluarga, konsumen, sesama pelaku usaha, tokoh agama, pendamping proses produk halal (PPH), maupun pemerintah yang secara aktif mendorong pelaksanaan sertifikasi halal. Ketika pelaku usaha merasakan bahwa pihak-pihak atau orang yang dianggap penting mengharapkan produk mereka memiliki sertifikat halal, maka akan timbul dorongan untuk memenuhi harapan tersebut melalui pengajuan sertifikasi halal. Pengaruh tersebut terjadi karena lingkungan sosial dapat membentuk keyakinan normatif pelaku UMKM mengenai penting atau tidaknya sertifikasi halal. Sebagai contoh, ketika sesama pelaku UMKM telah

JIEI (Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam)
ISSN: 2477-6157; E-ISSN 2579-6534
Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM)
Institut Teknologi Bisnis AAS Indonesia
journal.jiei.aas@gmail.com

memiliki sertifikasi halal dan menyampaikan pengalaman positif mengenai manfaatnya, kondisi tersebut dapat menjadi referensi sosial bagi pelaku usaha lainnya.

Dalam konteks UMKM di Kota Surabaya, pengaruh lingkungan sosial menjadi penting karena keputusan usaha sering kali tidak hanya didasarkan pada pertimbangan individual, tetapi juga pada pengalaman, informasi, dan rekomendasi yang diperoleh dari lingkungan sekitar. Oleh karena itu, semakin kuat dukungan dan harapan yang dirasakan dari pihak-pihak yang dianggap penting, semakin kuat pula dorongan pelaku UMKM untuk menyesuaikan diri dengan harapan tersebut melalui pengajuan sertifikasi halal. Dengan demikian, norma subjektif bekerja melalui terbentuknya tekanan atau dukungan sosial yang mendorong pelaku UMKM untuk memiliki niat melakukan sertifikasi halal.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Aisyi (2025) yang menjelaskan bahwa norma subjektif berpengaruh positif terhadap niat pelaku usaha dalam menerapkan prinsip-prinsip halal. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa dukungan dari lingkungan sekitar dapat memberikan keyakinan untuk mengambil keputusan berperilaku halal. Semakin besar dukungan yang diberikan oleh lingkungan sosial, maka semakin kuat pula niat pelaku usaha untuk melaksanakan perilaku tersebut. Temuan penelitian ini juga didukung oleh penelitian Niswa et al. (2025) yang menunjukkan bahwa norma subjektif berpengaruh signifikan terhadap niat berperilaku halal. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa individu cenderung mempertimbangkan pendapat maupun harapan dari orang-orang yang dianggap penting dalam menentukan suatu keputusan. Dukungan dari keluarga, konsumen, tokoh agama, maupun lingkungan sosial mampu membentuk keyakinan bahwa perilaku yang dilakukan merupakan tindakan yang benar dan layak untuk diwujudkan. Oleh karena itu, semakin tinggi pengaruh sosial yang dirasakan seseorang, maka semakin tinggi pula niatnya untuk melakukan perilaku yang diharapkan oleh lingkungan.

Pengaruh *Kontrol Perilaku terhadap Niat Sertifikasi Halal UMKM di Kota Surabaya*

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keputusan pelaku UMKM untuk mengurus sertifikasi halal tidak hanya dipengaruhi oleh sikap positif maupun dorongan dari lingkungan sosial, tetapi juga oleh keyakinan bahwa mereka memiliki kemampuan, kesempatan, dan sumber daya yang memadai untuk menyelesaikan proses sertifikasi halal. Pelaku usaha yang merasa mampu memahami prosedur sertifikasi halal, memperoleh informasi yang jelas, memenuhi persyaratan administrasi, serta mendapatkan akses terhadap pendampingan akan lebih percaya diri untuk mengajukan sertifikasi halal dibandingkan pelaku usaha yang masih menganggap proses tersebut rumit dan sulit dilakukan.

Pengaruh kontrol perilaku persepsi terjadi karena persepsi terhadap tingkat kesulitan atau kemudahan suatu proses dapat menentukan keyakinan pelaku usaha mengenai kemampuannya untuk melakukan tindakan tersebut. Pelaku UMKM yang memahami prosedur, mengetahui persyaratan yang harus dipenuhi, memperoleh informasi yang jelas, dan mendapatkan pendampingan akan cenderung merasa bahwa proses sertifikasi halal dapat dilakukan. Sebaliknya, ketidakjelasan informasi, kesulitan memahami persyaratan, keterbatasan kemampuan administratif, atau anggapan bahwa proses sertifikasi terlalu rumit dapat meningkatkan hambatan yang dirasakan sehingga melemahkan niat untuk mengajukan sertifikasi.

Dalam konteks UMKM di Kota Surabaya, keberadaan pendamping halal dan akses informasi menjadi penting karena sebagian pelaku UMKM dapat memiliki keterbatasan dalam memahami prosedur administratif sertifikasi. Ketika hambatan tersebut dapat dikurangi melalui pendampingan dan informasi yang mudah dipahami, pelaku usaha akan memiliki keyakinan yang lebih besar bahwa mereka mampu menyelesaikan proses sertifikasi halal.

JIEI (Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam)
ISSN: 2477-6157; E-ISSN 2579-6534
Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM)
Institut Teknologi Bisnis AAS Indonesia
journal.jiei.aas@gmail.com

Dengan demikian, kontrol perilaku persepsian memengaruhi niat melalui adanya kemampuan, dan tidak adanya hambatan yang dirasakan dalam proses pengajuan sertifikasi halal.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Fiandari et al. (2024) yang menyimpulkan bahwa kontrol perilaku berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat dalam menerapkan perilaku halal. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa persepsi mengenai kemudahan, kemampuan diri, serta ketersediaan fasilitas menjadi faktor yang memperkuat niat seseorang untuk melakukan suatu tindakan. Semakin tinggi keyakinan seseorang bahwa dirinya mampu melaksanakan suatu perilaku, maka semakin besar pula kemungkinan munculnya niat untuk mewujudkan perilaku tersebut. Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian Jefri et al (2024) yang menyatakan bahwa kontrol perilaku memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pelaku usaha dalam menerapkan sertifikasi halal. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa kemudahan memperoleh informasi, tersedianya pendampingan, serta kemampuan memenuhi persyaratan administrasi mampu meningkatkan keyakinan pelaku usaha dalam mengikuti proses sertifikasi halal. Ketika hambatan yang dirasakan semakin kecil, maka niat untuk melakukan sertifikasi halal akan semakin meningkat. Selain itu, hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Priyantoro & (2024) yang menunjukkan bahwa persepsi mengenai kemampuan diri dan kemudahan dalam melaksanakan suatu tindakan merupakan faktor penting yang memengaruhi niat pelaku usaha dalam mengambil keputusan. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa individu yang merasa memiliki kontrol terhadap perilakunya akan lebih percaya diri dalam menghadapi berbagai tantangan, sehingga akan terdorong untuk melakukan sesuatu sesuai dengan niat yang dimilikinya.

Pengaruh Sikap, Norma Subjektif dan Kontrol Perilaku terhadap Niat Sertifikasi Halal UMKM di Kota Surabaya

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa niat pelaku UMKM untuk mengurus sertifikasi halal tidak hanya dipengaruhi oleh satu faktor saja, melainkan merupakan paduan antara faktor internal dan faktor eksternal. Sikap yang positif terhadap manfaat sertifikasi halal akan mendorong pelaku usaha untuk memandang sertifikasi sebagai sesuatu yang penting bagi perkembangan usaha mereka. Selanjutnya, dorongan dari lingkungan sosial, seperti keluarga, konsumen, komunitas usaha, pendamping halal, dan pemerintah akan memperkuat keyakinan pelaku usaha bahwa sertifikasi halal merupakan kebutuhan yang harus dipenuhi. Di sisi lain, keyakinan bahwa mereka memiliki kemampuan, kesempatan, dan kemudahan dalam menjalani proses sertifikasi halal akan mendorong para pelaku usaha untuk mendaftar sertifikasi halal. Dengan demikian, ketiga faktor tersebut saling melengkapi dalam membentuk niat sertifikasi halal pada UMKM di Kota Surabaya.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Niswa (2025) yang menyimpulkan bahwa variabel dalam Theory of Planned Behavior, yaitu sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku, secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap niat pelaku usaha dalam mengajukan sertifikasi halal. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa ketiga variabel saling melengkapi dalam membentuk keputusan pelaku usaha untuk menerapkan sertifikasi halal sebagai bagian dari strategi pengembangan usaha dan pemenuhan ketentuan syariat Islam. Temuan penelitian ini juga didukung oleh penelitian Mu'arrofah et al (2020) yang menyatakan bahwa faktor-faktor psikologis dan sosial memiliki peran penting dalam membentuk perilaku halal pelaku usaha. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa keputusan pelaku usaha untuk menerapkan prinsip halal tidak hanya didasarkan pada manfaat ekonomi, tetapi juga dipengaruhi oleh kesadaran, dukungan lingkungan, serta keyakinan terhadap kemampuan diri dalam melakukan sertifikasi halal.

Hasil penelitian ini juga sesuai dengan penelitian Nur Meirahmawati (2025) yang menemukan bahwa *Theory of Planned Behavior* merupakan model yang mampu menjelaskan niat pelaku

JIEI (Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam)
ISSN: 2477-6157; E-ISSN 2579-6534
Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM)
Institut Teknologi Bisnis AAS Indonesia
journal.jiei.aas@gmail.com

UMKM dalam berperilaku halal. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa sikap positif terhadap halal, dukungan dari lingkungan sosial, dan persepsi mengenai kemudahan dalam menerapkan standar halal secara bersama-sama meningkatkan niat pelaku usaha untuk melakukan sertifikasi halal. Dengan demikian, penelitian ini semakin memperkuat bukti empiris bahwa Theory of Planned Behavior masih relevan digunakan dalam menjelaskan perilaku sertifikasi halal pada pelaku UMKM.

Dengan demikian, penelitian ini menunjukkan bahwa sikap merupakan variabel yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap niat sertifikasi halal UMKM di Kota Surabaya, diikuti oleh norma subjektif dan kontrol perilaku. Hal ini menunjukkan bahwa ketika pelaku usaha memiliki penilaian dan keyakinan yang positif terhadap manfaat sertifikasi halal, seperti meningkatkan kepercayaan konsumen, memperluas peluang pasar, meningkatkan daya saing usaha, serta memandang penyediaan produk halal sebagai tanggung jawab kepada konsumen muslim, maka niat untuk mengajukan sertifikasi halal akan semakin kuat. Meskipun demikian, dukungan dari lingkungan sosial serta keyakinan pelaku usaha terhadap kemudahan dalam menjalani proses sertifikasi halal juga tetap berperan dalam memperkuat niat tersebut. Oleh karena itu, keberhasilan program sertifikasi halal tidak hanya bergantung pada kemudahan proses dan dukungan berbagai pihak, tetapi juga pada keberhasilan dalam membangun sikap positif pelaku UMKM terhadap pentingnya sertifikasi halal.

Dapat disimpulkan bahwa sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku merupakan tiga faktor utama yang secara bersama-sama membentuk niat sertifikasi halal pada UMKM di Kota Surabaya. Ketiga variabel tersebut saling melengkapi dalam menjelaskan keputusan pelaku usaha untuk mengajukan sertifikasi halal, namun sikap menjadi faktor yang paling dominan dalam memengaruhi niat tersebut. Oleh karena itu, upaya meningkatkan jumlah UMKM yang memiliki sertifikat halal perlu diprioritaskan melalui pembentukan sikap positif pelaku usaha terhadap manfaat dan pentingnya sertifikasi halal. Selain itu, pemerintah, Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH), dan lembaga pendamping juga perlu memperkuat dukungan sosial, memperluas sosialisasi, memberikan pendampingan yang berkelanjutan, menyederhanakan prosedur, serta meningkatkan akses informasi mengenai sertifikasi halal. Dengan demikian, percepatan sertifikasi halal bagi UMKM di Kota Surabaya diharapkan dapat berjalan secara lebih efektif, berkelanjutan, dan mampu meningkatkan daya saing UMKM.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat sertifikasi halal UMKM di Kota Surabaya, baik secara parsial maupun simultan. Sikap mendorong niat pelaku UMKM melalui keyakinan terhadap manfaat sertifikasi halal dalam meningkatkan kepercayaan konsumen, daya saing usaha, dan kepatuhan terhadap syariat Islam. Norma subjektif berperan melalui dukungan lingkungan sosial, seperti keluarga, rekan usaha, tokoh agama, pemerintah, dan pendamping halal. Sementara itu, kontrol perilaku berkaitan dengan keyakinan pelaku UMKM terhadap kemampuannya dalam memenuhi persyaratan dan menjalani prosedur sertifikasi halal. Ketiga variabel tersebut mampu menjelaskan 87,9% variasi niat sertifikasi halal. Di antara ketiganya, sikap merupakan variabel yang paling dominan, sehingga persepsi positif terhadap manfaat sertifikasi halal menjadi faktor penting dalam mendorong niat pelaku UMKM untuk mengajukan sertifikasi halal.

Temuan penelitian ini memperkuat Theory of Planned Behavior (TPB) dan memperluas penerapan TPB dalam kajian ekonomi Islam, khususnya dari perilaku konsumen dalam membeli produk halal menjadi perilaku pelaku usaha dalam mengajukan sertifikasi halal. Secara praktis, hasil penelitian menunjukkan bahwa peningkatan niat sertifikasi halal tidak

JIEI (Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam)
ISSN: 2477-6157; E-ISSN 2579-6534
Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM)
Institut Teknologi Bisnis AAS Indonesia
journal.jiei.aas@gmail.com

cukup hanya melalui penerapan regulasi, tetapi juga memerlukan penguatan pemahaman dan persepsi positif pelaku UMKM. Oleh karena itu, pemerintah, BPJPH, dan LP3H perlu meningkatkan sosialisasi, edukasi, penyederhanaan prosedur, serta pendampingan yang mudah diakses. Pelaku UMKM juga perlu meningkatkan pengetahuan dan memanfaatkan fasilitas pendampingan agar lebih siap memenuhi persyaratan sertifikasi halal.

Penelitian ini memiliki keterbatasan pada cakupan wilayah yang hanya meliputi UMKM sektor makanan dan minuman di Kota Surabaya serta penggunaan tiga variabel independen, yaitu sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas wilayah dan jumlah responden serta mempertimbangkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi niat sertifikasi halal, seperti religiusitas, literasi halal, persepsi manfaat, persepsi biaya, kualitas pelayanan, dukungan pemerintah, dan kepercayaan terhadap lembaga sertifikasi halal. Pengembangan tersebut diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi niat pelaku UMKM dalam mengajukan sertifikasi halal.

Referensi

Aisyi, L. R., Syahriza, R., & Silalahi, P. R. (2025). Pengaruh pemahaman, kesadaran halal, dan motivasi Islami terhadap minat sertifikasi halal pada pelaku UMKM di Kecamatan Panyabungan. Journal of Economics and Management Sciences, 349–357. https://doi.org/10.37034/jems.v7i3.14

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

Ajzen, I. (2001). Nature and operation of attitudes. Annual Review of Psychology, 52(1), 27–58. https://doi.org/10.1146/annurev.psych.52.1.27

Ajzen, I. (2005). Attitudes, personality and behavior. https://lib.ui.ac.id/detail.jsp?id=20113069

Ajzen, I., & Fishbein, M. (1977). Attitude-behavior relations: A theoretical analysis and review of empirical research. Psychological Bulletin, 84(5), 888–918. https://doi.org/10.1037/0033-2909.84.5.888

Alamsyah, A., Hakim, N., & Hendayani, R. (2022). Blockchain-based traceability system to support the Indonesian halal supply chain ecosystem. Economies, 10(6). https://doi.org/10.3390/economies10060134

Anggriani, R., Utama, M. D., Warkoyo, Wahyudi, A. V., 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. https://doi.org/10.23917/jiti.v23i1.4461

Anwar. (2022). Penafsiran hayatan thayyibah dalam Al-Qur'an Surah An-Nahl ayat 97 perspektif Al-Misbah.

Apriliyanto, N., & Hidayati, N. (2023). Nexus between halal certificate, competitive advantage, and entrepreneurial orientation of SMEs in food and beverage industry. Journal of Enterprise and Development, 5.

Armitage, C. J., & Conner, M. (2001). Efficacy of the theory of planned behaviour: A meta-analytic review. British Journal of Social Psychology, 40(4), 471–499. https://doi.org/10.1348/014466601164939

Aslan, H. (2023). The influence of halal awareness, halal certificate, subjective norms, perceived behavioral control, attitude and trust on purchase intention of culinary products among Muslim consumers in Turkey. International Journal of Gastronomy and Food Science, 32. https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2023.100726

Bandura, A., Freeman, W. H., & Lightsey, R. (1997). Self-efficacy: The exercise of control. Journal of Cognitive Psychotherapy, 2, 158–166. https://doi.org/10.1891/0889-8391.13.2.158

JIEI (Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam)
ISSN: 2477-6157; E-ISSN 2579-6534
Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM)
Institut Teknologi Bisnis AAS Indonesia
journal.jiei.aas@gmail.com

Batool, N., Wani, M. D., Shah, S. A., & Dada, Z. A. (2024). Theory of planned behavior and value-belief norm theory as antecedents of pro-environmental behaviour: Evidence from the local community. Journal of Human Behavior in the Social Environment, 34(5), 693–709. https://doi.org/10.1080/10911359.2023.2205912

Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal. (2025). Sambut wajib halal Oktober 2026, Kepala BPJPH serukan tertib halal sebagai strategi penguatan bisnis. https://bpjph.halal.go.id/detail/sambut-wajib-halal-oktober-2026-kepala-bpjph-serukan-tertib-halal-sebagai-strategi-penguatan-bisnis

Cholil, M., Mamduh, M. F., Pertiwi, T. D., Cipto, D. A., & Herianingrum, S. (2025). Exploring the economic benefits of the halal certification in international trade: A literature review. Sriwijaya International Journal of Dynamic Economics and Business, 435–458. https://doi.org/10.29259/sijdeb.v8i4.435-458

DinarStandard. (2025, July 8). State of the global Islamic economy 2025. https://www.dinarstandard.com/post/sgier-2024-25

Erten, Ş., & Ural Uslan, Y. (2025). Does participation have an impact on transparency and trust? A local government case. Journal of Governance and Regulation, 14(2, Special Issue), 224–233. https://doi.org/10.22495/jgrv14i2siart1

Faikoh, D., & Anwar, A. Z. (2025). Implementasi penerapan standar jaminan produk halal pada produk UMK (Usaha Mikro dan Kecil) bersertifikat halal. Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah, 8(1).

Fiandari, Y. R., Shanty, B. M., & Nanda, M. D. (2024). The roles of word of mouth, religiosity and behavioral control toward halal cosmetics' purchase intention: Attitude as mediation. Journal of Islamic Marketing, 15(10), 2633–2651. https://doi.org/10.1108/JIMA-05-2023-0139

Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). Belief, attitude, intention, and behavior: An introduction to theory and research. Addison-Wesley.

Ghozali, I. (2021). Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 26 (Edisi 10). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hardani. (2020). Metode penelitian kualitatif & kuantitatif.

Hidayat, A. A. A. (2019). Platform donasi online dan filantropi digital (Kajian aktivitas filantropi dan komodifikasi kampanye sosial melalui Kitabisa.com).

Huda, I. A. S., Saadah, M., Sugiarto, A., Bin Ibrahim, M. H., Prasad, R. R., Putra, A. K., & Budianto, A. (2024). Revealing halal certification oversight gaps for MSEs through ArcGIS dashboard integration. Indonesian Journal of Halal Research, 6(2), 58–69. https://doi.org/10.15575/ijhar.v6i2.33308

Jefri, M., & Enggrani Fitri, L. (2024). Pengaruh pemahaman, kesadaran, biaya dan regulasi terhadap keputusan pelaku usaha melakukan sertifikasi halal self declare. Iltizam Journal of Shariah Economic Research, 8(1).

Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. (2025, January 30). Pemerintah dorong UMKM naik kelas, tingkatkan kontribusi terhadap ekspor Indonesia. https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/6152/pemerintah-dorong-umkm-naik-kelas-tingkatkan-kontribusi-terhadap-ekspor-indonesia

LPPOM. (2025). Dorong akselerasi wajib halal BPJPH, LPH LPPOM konsisten junjung integritas. https://halalmui.org/dorong-akselerasi-wajib-halal-bpjph-lppom-konsisten-junjung-integritas/

Margarena, A. N., & Ikhwan Setiawan, A. (2022). The effect of perceived value of economic benefits on SMEs' halal certification intention moderated by government policy regulation. International Journal of Education and Social Science Research, 5(2), 308–320. https://doi.org/10.37500/ijessr.2022.5219

Niswa, H., Diana, I. N., & Yuliana, I. (2025). Determinants of food producers' intentions to obtain halal certification: An integrated TPB–halal model in Bali, Indonesia. Journal of Islamic Economics Lariba, 12(1), 135–166. https://doi.org/10.20885/jielariba.vol12.iss1.art5

Nur Meirahmawati, V., Herliandes Shodiqin, D., & Khayisatuzahro Nur, S. (2025). Pengaruh religiusitas, pengetahuan dan halal awareness terhadap keputusan pelaku UMKM dalam mendaftarkan sertifikasi halal di Desa Dukuhdempok. At-Tasharruf: Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Syariah. https://doi.org/10.32528/at.v7i1.2987

Othman, Y., Awang, M. N., & Abdul Rahman Shah, H. (2023). Legal and regulatory challenges of halal certification: Insights from cosmetic manufacturers on halal built-in implementation. International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences, 13(1). https://doi.org/10.6007/IJARBSS/v13-i1/15785

Prawiro, A., & Fathudin, F. (2023). Challenges in the halal industry ecosystem: Analyzing the halal certification process for micro, small, and medium enterprises in Lombok, West Nusa Tenggara. Mazahib, 22(2), 431–484. https://doi.org/10.23917/jiti.v23i1.4461

Puspita, A. T. (2023). Halal food shopping behavior of millennials: Evidence in Indonesia. http://journals.smartinsight.id/index.php/IMR

Putri. (2024). Tantangan sertifikasi halal pada pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) produk pangan di Kabupaten Pamekasan. https://doi.org/10.28944/assyarikah.v5i2.1911

Ridho, M., Maulana, A. S., Herliyani, R., Palah, N. N., & Marlina, L. (2023). Persepsi UMKM produk olahan ayam tentang sertifikasi halal. https://doi.org/10.15575/likuid.v3i2.25923

Rofiqo, A., Suminto, A., Sukoco, D., Ramadhan, M. A., & Novita Sari, D. (2022). Factors influencing behavior and contribution in Islamic peer-to-peer lending with a PLS-SEM approach: Empirical studies in Indonesia. Journal of Islamic Economics Lariba, 8(1), 66–84. https://doi.org/10.20885/jielariba.vol8.iss1.art5

Shanbhag, P. R., Pai, Y. P., Kidiyoor, G., & Prabhu, N. (2023). Development and initial validation of a theory of planned behavior questionnaire: Assessment of purchase intentions towards products associated with CRM campaigns. Cogent Business & Management, 10(2). https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2229528

Siti Salmah, & Anwar Adem Shikur. (2023). The relationship of attitude, perceived behavioral control, subjective norm on halal food purchasing behavior on Indonesian Muslim millennials. Ekonomi Islam Indonesia, 5(1). https://doi.org/10.58968/eii.v5i1.258

Styaningrum, S. D., Puspaningtyas, D. E., Sari, P. M., Sucipto, A., & Br Situmorang, E. H. E. R. (2025). Understanding of the halal certification process among business actors in the food and beverage MSME sector in Indonesia. Disease Prevention and Public Health Journal, 19(1), 33–42. https://doi.org/10.12928/dpphj.v19i1.12018

Sugiarto. (2021). Penafsiran Quraish Shihab tentang pendidikan akhlak dalam Al-Qur'an Surat Al-Ahzab ayat 21 pada Tafsir Al-Misbah.

Sugiyono. (2019). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Alfabeta.

Utama, D. M., Yuli Rosiani, T., Wijaya, D. R., & Wardana, R. W. (2025). Assessment of barriers and strategies for halal certification adoption in MSMEs using the Fuzzy AHP–Fuzzy TOPSIS method. Jurnal Teknik Industri, 26(2), 239–260. https://doi.org/10.22219/JTIUMM.Vol26.No2.239-260

Wahono, R. (2024). The development of entrepreneurial intention model using theory of planned behavior and entrepreneurial event. International Journal of Business Economics. https://doi.org/10.30596/ijbe.v5i2.18428

Widyanto, H. A., & Sitohang, I. A. T. (2022). Muslim millennials' purchase intention of halal-certified cosmetics and pharmaceutical products: The mediating effect of attitude.

JIEI (Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam)
ISSN: 2477-6157; E-ISSN 2579-6534
Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM)
Institut Teknologi Bisnis AAS Indonesia
journal.jiei.aas@gmail.com

Journal of Islamic Marketing, 13(6), 1373–1394. https://doi.org/10.1108/JIMA-04-2020-0117

Wikamorys, D. A., & Rochmach, T. N. (2017). Aplikasi Theory of Planned Behavior dalam membangkitkan niat pasien untuk menjalani operasi katarak. Jurnal Administrasi Kesehatan Indonesia, 5.

Yarmohammadi, S., Mousavi, S., Ajori, L., Mohammadzade, F., & Marashi, T. (2023). Impact of attitude, subjective norms and perceived behavioral control on health behaviors among women with low-risk HPV, and the mediating role of behavioral intention: An interventional study. International Journal of Health Promotion and Education, 61(2), 70–82. https://doi.org/10.1080/14635240.2021.1995776