

Pengaruh Literasi Halal, Kampanye Wajib Halal Oktober (WHO) 2024, Dan Program SEHATI Terhadap Minat Daftar Sertifikasi Halal (Studi Kasus Pada UMKM di Kota Malang)

Anisa Maulidia Safitri^{*)}

Budi Wahono^{)}**

Rahmawati^{*)}**

Email : anisamaulidiasafitri@gmail.com

Universitas Islam Malang

Abstract

This research aims to analyze and identify the influence of halal literacy, the Mandatory Halal October (WHO) 2024 campaign, and the SEHATI program on the interest in halal certification registration among MSMEs in Malang City. The population of this study includes micro, small, and medium enterprises in Malang City engaged in the culinary field. The research method used is quantitative with a multiple linear regression model. The sample consisted of 85 respondents selected using a non-probability sampling technique, namely purposive sampling, with the criteria of culinary MSME actors in Malang City who have attended halal socialization at least once and participated in the free halal certification program (SEHATI). Data analysis was conducted with the help of IBM SPSS 30 software. The research results show that based on the F test, the calculated F value $>$ table F value ($64.954 > 1.664$), thus the null hypothesis (H_0) is rejected and the alternative hypothesis (H_1) is accepted. This indicates that simultaneously, the variables of halal literacy, the Mandatory Halal October (WHO) 2024 campaign, and the SEHATI program have a positive and significant impact on the interest in registering for halal certification. Partially, the t -test shows that the WHO 2024 campaign has a positive and significant impact on the interest in halal certification registration, while halal literacy has a significant but negative impact on that interest. Additionally, the coefficient of determination value of 69.5% indicates that the halal literacy variable, the WHO 2024 campaign, and the SEHATI program can explain the interest in halal certification registration, while the remaining 30.5% is influenced by other factors not discussed in this study.

Keywords: *Interest in Halal Certification Registration, Halal Literacy, Mandatory Halal October Campaign (WHO) 2024, SEHATI Program, MSMEs*

Pendahuluan

Latar Belakang

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah atau disebut dengan singkatan UMKM ini sangat memainkan peran penting dalam perekonomian suatu negara termasuk di Indonesia. Dalam beberapa tahun terakhir, UMKM mengalami perkembangan yang pesat, beradaptasi dengan perubahan pasar dan teknologi. Berdasarkan Undang-Undang No. 20 tahun 2008, UMKM dibedakan menjadi tiga kategori utama: usaha mikro, usaha kecil, dan usaha menengah, masing-masing dengan kriteria yang berbeda. Dengan keberadaannya, UMKM membantu pemerataan ekonomi di berbagai daerah.

Keberadaan UMKM di Indonesia telah mencapai lebih dari 65 juta unit, menurut informasi terbaru dari Kementerian Koperasi dan UKM, pada tahun 2024. Sektor-sektor ini diisi berbagai macam bidang dari konvensional hingga digital. Dalam perkembangan yang signifikan ini, digitalisasi menjadi faktor utama untuk meningkatkan daya saing UMKM. Dengan adanya transformasi ke era digital, UMKM diharapkan dapat memperluas jangkauan pasar serta meningkatkan efisiensi operasional mereka.

Mayoritas penduduk Indonesia yang beragama Islam berjumlah sekitar 245 juta jiwa yang setara dengan 87% populasi, berdasarkan data kemendagri hingga Juni 2024. Dalam kegiatan UMKM yang meningkat perhatian dengan prinsip syariah menjadi sangat penting karena bagi umat muslim aspek kehalalan dalam bidang konsumsi makanan dan minuman sangat krusial, karena tidak hanya berkaitan dengan status halal, tetapi juga dengan kebaikan (tayyib) dari produk tersebut. Halal tidak hanya dilihat dari segi zat dan fisik makanan, tetapi juga mencakup aspek hukum, baik dari cara memperoleh maupun menyajikannya. Oleh karena itu, selain memastikan kehalalan, sangat penting juga untuk memperhatikan aspek kesehatan serta keselamatan produk agar dapat memberikan manfaat yang maksimal bagi konsumen. (Ihsan & Fata., 2022)

Kota Malang adalah salah satu kota di Indonesia yang memiliki banyak pelaku UMKM. Jenisnya dari berbagai sektor mulai dari kerajinan tangan hingga kuliner. Dengan banyaknya pelaku usaha yang aktif mulai tahun 2021-2023 potensi ekonomi di kota ini menjadi besar. (Deanova et al, 2023) Berdasarkan data yang diperoleh dari dinas koperasi, Perindustrian, dan perdagangan Kota Malang, terakhir diperbarui pada tanggal 24 April 2024. Bisnis makanan serta minuman menjadi sektor unggulan di kalangan pelaku UMKM, ini semua hasil dari tingginya permintaan masyarakat dan pengunjung (Deanova et al, 2023). Kota ini bisa menjadi peluang besar bagi pelaku UMKM karena banyaknya perguruan tinggi, sehingga maraknya mahasiswa dan masyarakat dari daerah lain bertandang ke kota Malang.

Tingkat literasi hukum halal pada masyarakat masih tergolong rendah, sehingga hal ini menjadi sangat penting agar minat daftar sertifikasi pelaku UMKM meningkat. Terdapat tiga indikator utama dalam literasi halal, yaitu kesadaran akan kehalalan, pemahaman tentang bahan makanan, dan proses sertifikasi halal. Dengan memiliki literasi halal, seseorang dapat membuat suatu keputusan yang lebih tepat dalam memilih suatu produk maupun layanan yang sesuai dengan prinsip – prinsip syariah (Zahra, 2023)

Selain Literasi halal, Kampanye Wajib Halal Oktober (WHO) 2024 merupakan langkah strategis pemerintah untuk meningkatkan kesadaran dan minat pelaku UMKM dalam memperoleh sertifikasi halal. Kampanye ini dilakukan melalui berbagai metode, seperti penyelenggaraan acara langsung di daerah, pemanfaatan media sosial, serta distribusi brosur edukatif. Diharapkan, upaya ini mampu meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai pentingnya kehalalan produk sebagai jaminan keamanan dan kualitas. Selain itu, kampanye ini juga bertujuan mendorong pelaku UMKM agar lebih proaktif dalam mendapatkan sertifikat halal sehingga produk yang beredar terjamin kehalalannya (Kemenag, 2024).

Pemerintah juga telah menerbitkan PP No. 42 Tahun 2024 sebagai pembaruan dari PP No. 39 Tahun 2021, yang memperpanjang kewajiban sertifikasi halal hingga 17 Oktober 2026 serta memperkuat pengawasan dan sanksi bagi pelaku usaha yang melanggar ketentuan. Selain itu, program Sertifikasi Halal Gratis (SEHATI) hadir sebagai upaya percepatan implementasi sertifikasi halal melalui dua skema pengajuan, yaitu skema reguler dan self-declare. Program ini didukung oleh aplikasi SIHALAL guna mempermudah proses pendaftaran, sehingga partisipasi UMKM dalam memperoleh sertifikasi halal dapat meningkat (BPJPH, 2023).

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kampanye WHO 2024 dan program SEHATI memiliki pengaruh positif terhadap minat UMKM dalam mendaftarkan sertifikasi halal (Sari, 2024; Octapiani, 2022). Namun, ada perbedaan temuan pada variabel literasi halal, di mana penelitian Octapiani (2022) menyatakan bahwa variabel tersebut tidak berpengaruh signifikan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi lebih dalam pengaruh literasi halal, kampanye WHO 2024, dan program SEHATI terhadap minat pendaftaran sertifikasi halal pada UMKM di Kota Malang, mengingat masih banyak UMKM, khususnya di sektor kuliner, yang belum memiliki sertifikat halal.

Kajian Teori

Teori Besar : *Theory of Planned Behaviour (TPB)*

Teori Perilaku Terencana (TPB) yang dikembangkan oleh Icek Ajzen merupakan kerangka kerja yang menjelaskan bagaimana niat individu untuk melakukan suatu perilaku dapat diprediksi dari sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dipersepsikan. Menurut Ajzen, (1991:179) "Niat untuk melakukan perilaku yang berbeda dapat diprediksi dengan akurasi yang tinggi dari sikap terhadap perilaku, norma subyektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan".

Minat Daftar Sertifikasi Halal

Sari (2024) menyatakan dalam konteks psikologi, definisi minat diperluas dalam Kamus Lengkap Psikologi, yang menyatakan bahwa minat adalah kemauan dan kehendak yang melibatkan hasrat serta fungsi-fungsi mental yang terlibat dalam tindakan yang disadari. Ini mencakup totalitas dorongan hati baik dalam keadaan sadar maupun tidak sadar. Menurut Harbit & Syafrida (2022) Minat mengarah kepada individu yang memiliki keinginan atau kemauan untuk mencapai tujuan tertentu. Menurut Nurwandri (2023) Sertifikasi halal adalah dokumen resmi yang dikeluarkan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) berdasarkan fatwa tertulis dari Majelis Ulama Indonesia (MUI). Di pengertian yang lain, Rahayu & Yusup (2022) berpendapat bahwa Sertifikasi halal dapat diartikan sebagai fatwa resmi dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang menyatakan bahwa suatu produk telah memenuhi syarat kehalalan sesuai dengan prinsip syariah. Dari definisi – definisi yang tertera dapat diartikan bahwa minat daftar sertifikasi halal adalah sebuah ketertarikan serta gambaran komitmen dan motivasi yang kuat untuk terlibat dalam aktivitas yang berkaitan dengan kehalalan produk. Minat ini mendorong individu untuk lebih memahami proses sertifikasi serta pentingnya mematuhi prinsip-prinsip syariah.

Literasi Halal

Zahra (2023) mendefinisikan literasi halal adalah kemampuan yang dimiliki seseorang untuk memahami dan membedakan antara produk dan layanan yang halal serta yang haram berdasarkan hukum Islam. Octapiani (2022) menjelaskan bahwa Tingkat pemahaman umat Islam mengenai isu-isu yang berkaitan dengan konsep halal. Umat Islam memiliki beragam tingkat pemahaman tentang berbagai isu yang berhubungan dengan konsep halal. Menurut Setyowati & Anwar (2022) mendefinisikan Literasi halal dapat didefinisikan sebagai kemampuan masyarakat untuk memahami, menyadari, dan memiliki keterampilan terkait kehalalan suatu produk. Dalam konteks ini, terdapat tiga indikator utama yang menjadi fokus, yaitu kesadaran akan pentingnya halal, pemahaman tentang bahan makanan, dan pengetahuan mengenai sertifikasi halal. Safitri et al (2023) juga mengemukakan terkait literasi halal ialah Mengetahui perbedaan antara barang dan jasa yang halal serta haram menurut hukum syariat Islam. Untuk mengukur sejauh mana pemahaman ini, terdapat dua metode yang dapat digunakan, yaitu tes berbasis dan evaluasi diri. Dengan kedua cara ini, individu dapat lebih memahami dan menerapkan prinsip-prinsip halal dalam kehidupan sehari-hari.

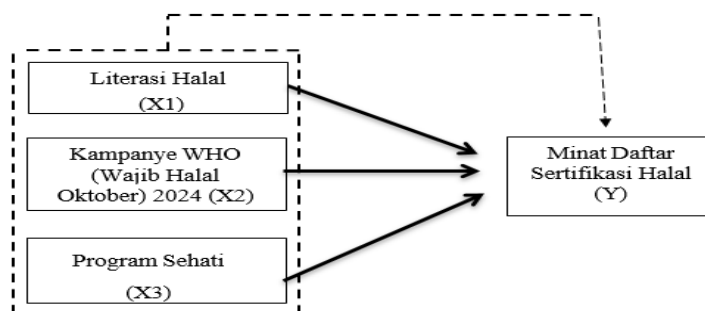
Kampanye Wajib Halal Oktober (WHO) 2024

Menurut Venus (2004) Secara umum, istilah kampanye yang mulai dikenal sejak tahun 1940-an campaign is generally exemply persuasion in action (kampanye secara umum menampilkan suatu kegiatan yang bertitik tolak untuk membujuk) menggambarkan kegiatan yang bertujuan untuk membujuk orang lain. Pamuji (2024) menjelaskan terkait kewajiban halal, hal ini sudah dijelaskan dalam Peraturan Pemerintah Nomor 39 Tahun 2021 mengenai jaminan produk halal. Aturan ini mencakup tahapan pelaksanaan, di mana tahap pertama kewajiban sertifikat halal akan mulai diterapkan pada Oktober 2024.

Program SEHATI

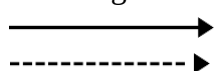
Definisi program Sertifikasi Halal Gratis (SEHATI) menurut Fauziah, (2023) merupakan hasil kerja sama antara Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) dan Kementerian Agama, yang berlangsung di berbagai tingkatan, mulai dari pusat hingga daerah dan cabang. Kerja sama ini terwujud dalam bentuk pendampingan dan fasilitasi untuk pelaku UMK di setiap wilayah Kemenag. Program SEHATI ditujukan khusus untuk Usaha Mikro dan Kecil (UMK) dengan target untuk mencapai 10 juta produk bersertifikat halal. Dalam upaya mendukung program 10 juta produk bersertifikat halal, BPJPH, Kementerian Agama, pemerintah daerah, dan mitra lainnya berkolaborasi untuk memperkuat pelaku usaha mikro dan kecil melalui program Sertifikasi Halal Gratis (SEHATI) yang diluncurkan pada tahun 2022.(Kemenag n.d).

Kerangka Konseptual



Gambar Model Penelitian

Keterangan :



: Pengaruh Parsial

: Pengaruh Simultan

- H1 : Literasi halal, Kampanye WHO (Wajib Halal Oktober) 2024, dan Program Sehati Pemerintah berpengaruh secara simultan terhadap minat daftar UMKM di Kota Malang untuk sertifikasi halal
- H2 : Literasi halal berpengaruh terhadap minat daftar UMKM di Kota Malang untuk sertifikasi halal
- H3 : Kampanye WHO (Wajib Halal Oktober) 2024 berpengaruh terhadap minat daftar UMKM di Kota Malang untuk sertifikasi halal
- H4 : Program Sehati Pemerintah berpengaruh terhadap minat daftar UMKM di Kota Malang untuk sertifikasi halal.

Metode Penelitian

Jenis, Lokasi dan Waktu Penelitian

Berdasarkan temuan, argumen, dan teori yang dibahas pada bagian sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini termasuk dalam kategori penelitian kuantitatif. Fokus penelitian ini adalah pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di wilayah Kota Malang, Provinsi Jawa Timur. Periode penelitian adalah Oktober 2024 hingga Februari 2025.

Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini terdiri dari pelaku Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) kuliner yang tersebar di wilayah Kota Malang.

Sampel dirumuskan dengan metode yang dijelaskan oleh. Menurut Malhotra (2006:291) analisis ukuran sampel dapat dilakukan dengan mengalikan jumlah indikator dengan angka 5. Total indikator yang digunakan yaitu 17 indikator. Hasilnya dapat diketahui bahwa jumlah sampel yang akan

digunakan yaitu 85 sampel. karakteristik yang difokuskan hanya pada beberapa kriteria yakni: Pelaku Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) kuliner yang berada di wilayah Kota Malang, pernah mengikuti sosialisasi tentang halal minimal satu kali, dan andil dalam program sertifikat halal gratis (SEHATI).

Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Uji Instrumen

Uji Validitas

Tabel Hasil Pengujian Validitas

VARIABEL	ITEM	rhitung	rtabel	KETERANGAN
Minat Daftar Sertifikasi Halal	Y1	0.658	0.213	Valid
	Y2	0.698	0.213	Valid
	Y3	0.805	0.213	Valid
Literasi Halal	X1.1	0.541	0.213	Valid
	X1.2	0.461	0.213	Valid
	X1.3	0.436	0.213	Valid
	X1.4	0.520	0.213	Valid
	X1.5	0.528	0.213	Valid
Kampanye Wajib Halal Oktober (WFO) 2024	X2.1	0.505	0.213	Valid
	X2.2	0.432	0.213	Valid
	X2.3	0.690	0.213	Valid
	X2.4	0.454	0.213	Valid
Program SEHATI	X3.1	0.264	0.213	Valid
	X3.2	0.665	0.213	Valid
	X3.3	0.335	0.213	Valid
	X3.4	0.310	0.213	Valid
	X3.5	0.311	0.213	Valid

Sumber : Data diolah, 2025

Diperoleh hasil uji validitas menggunakan SPSS 30 memiliki keterangan valid untuk semua item pernyataan berdasarkan hasil rhitung lebih besar dari rtabel 0.213. Jadi dapat disimpulkan bahwa item pernyataan yang digunakan dalam kuesioner penelitian ini dapat dikatakan valid.

Uji Reliabilitas

Tabel Hasil Uji Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.811	17

Sumber : Data diolah, 2025

Dapat diketahui bahwa nilai Cronbach's Alpha dari semua variabel yaitu lebih besar dari 0,6. Maka dapat disimpulkan bahwa item pernyataan dari masing-masing variabel dinyatakan reliabel sehingga layak untuk digunakan untuk analisis selanjutnya.

Uji Normalitas

Tabel Hasil Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		85
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.76379793
Most Extreme Differences	Absolute	.085
	Positive	.050
	Negative	-.085
Test Statistic		.085
Asymp. Sig. (2-tailed)		.189 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber : Data diolah, 2025

Berdasarkan hasil uji diatas, diperoleh nilai Asymp. Sig sebesar 0.189 . Yang artinya nilai tersebut lebih besar dari 0.05. Maka dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal.

Uji Asumsi Klasik Uji Multikolinearitas

Tabel Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta				Tolerance	VIF
1 (Constant)	-13.043	3.071			-4.248	.000		
X1	-.586	.044	-.1020		-1.020	.312	.614	1.629
X2	.935	.106	.577		8.786	.000	.839	1.192
X3	.924	.110	.597		8.365	.000	.712	1.405

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data diolah, 2025

Berdasarkan hasil analisis hasil uji multikolinearitas diperoleh nilai tolerance X1(0.614), X2 (0.839) dan X3 (0.712). Artinya nilai tolerance dari variabel tersebut lebih besar dari 0.1. Sedangkan nilai VIF X1(1.629), X2(1.192) dan X3(1.405) . Artinya nilai VIF dari variabel tersebut lebih kecil dari 10. Maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel bebas yang terdiri dari Literasi Halal (X1), Kampanye Wajib Halal Oktober (X2) dan Program Sehati (X3) tidak ada gejala multikolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)	4.704	1.635			2.876	.005
X1	.008	.024	.044		.332	.741
X2	-.094	.060	-.181		-1.558	.123
X3	-.102	.056	-.222		-1.806	.075

a. Dependent Variable: Abs. Res

Sumber : Data diolah, 2025

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas. Diperoleh nilai sig X1(0.741), X2(0.123) dan X3(0.075). Yang artinya nilai sig dari variabel-variabel tersebut lebih besar dari 0.05. Maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel bebas yang terdiri dari Literasi Halal (X1), Kampanye Wajib Halal Oktober (X2) dan Program Sehati (X3) tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta				Tolerance	VIF
1 (Constant)	-13.043	3.071			-4.248	.000		
X1	-.586	.044	-.1020		-1.020	.312	.614	1.629
X2	.935	.106	.577		8.786	.000	.839	1.192
X3	.924	.110	.597		8.365	.000	.712	1.405

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data diolah, 2025

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat diketahui persamaan linear berganda pada penelitian ini yaitu :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = -13.043 - 0.586X_1 + 0.935X_2 + 0.924X_3 + e$$

Dimana:

Y = Minat Daftar Sertifikasi Halal

X1 = Literasi Halal

a = Konstanta

X2 = Kampanye Wajib Halal Oktober

b = Koefisien Regresi

X3 = Program Sehati

e = Standar error

Berdasarkan hasil regresi linear berganda tersebut, maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

1. Y (B = -13.043, p = 0.000)

- Pengaruh Konstanta (a) sebesar -13.043, hal ini menunjukkan bahwa apabila Literasi Halal (X1), Kampanye Wajib Halal Oktober (X2) dan Program Sehati (X3) diasumsikan dengan nilai 0 (nol), maka besarnya variabel Minat Daftar UMKM (Y) sebesar -13.043.

- b. Nilai $p = 0.000 < 0.05$ menunjukkan bahwa pengaruh signifikan semua variabel terhadap Y
2. X1 ($B = -0.586$, $p = 0.000$)
 - a. Koefisien regresi variabel Literasi Halal (X1) sebesar -0.586, artinya bahwa setiap peningkatan 1 satuan variabel Literasi Halal (X1), maka akan mengurangi Minat Daftar UMKM (Y) sebesar -0.586 satuan atau sebaliknya. (Hubungan negatif)
 - b. Nilai $p = 0.000 < 0.05$ menunjukkan bahwa pengaruh signifikan terhadap Y.
3. X2 ($B = 0.935$, $P = 0.000$)
 - a. Koefisien regresi variabel Kampanye Wajib Halal Oktober (X2) sebesar 0.935, artinya bahwa setiap peningkatan 1 satuan variabel Kampanye Wajib Halal Oktober (X2), maka akan meningkatkan Minat Daftar UMKM (Y) sebesar 0.935 satuan. (Hubungan positif)
 - b. Nilai $p = 0.000 < 0.05$ menunjukkan bahwa pengaruh kampanye wajib halal oktober (who) 2024 signifikan terhadap Y.
4. X3 ($B = 0.924$, $P = 0.000$)
 - a. Koefisien regresi variabel Program Sehati (X3) sebesar, artinya bahwa setiap peningkatan 1 satuan variabel Program Sehati (X3), maka akan meningkatkan Minat Daftar UMKM (Y) sebesar 0.924.
 - b. Nilai $p = 0.000 < 0.05$ menunjukkan bahwa pengaruh program SEHATI signifikan terhadap Y.

Uji Hipotesis

Uji F

Tabel Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	117.890	3	39.297	64.954	.000 ^b
	Residual	49.005	81	.605		
	Total	166.894	84			
a. Dependent Variable: Y						
b. Predictors: (Constant), X3, X2, X1						

Sumber : Data diolah, 2025

Berdasarkan hasil analisis tabel 4.20, diperoleh signifikansi sebesar (0.000) . Yang artinya nilai tersebut lebih kecil dari 0.05. Dan diperoleh nilai Fhitung sebesar 64.954. Dan jumlahnya lebih besar dari Ftabel yaitu $64.954 > 1.664$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel Literasi Halal (X1), Kampanye Wajib Halal Oktober (X2) dan Program Sehati (X3) berpengaruh secara simultan terhadap Minat Daftar Sertifikasi Halal (Y).

Uji t

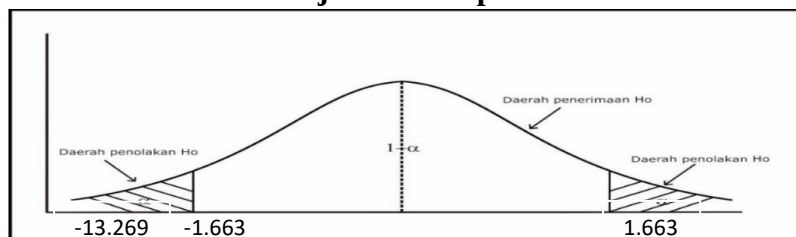
Tabel Hasil Uji t

Coefficients							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	-13.043	3.071		-4.248	.000		
X1	-.586	.044	-1.020	-13.269	.000	.614	1.629
X2	.935	.106	.577	8.786	.000	.839	1.192
X3	.924	.110	.597	8.365	.000	.712	1.405
a. Dependent Variable: Y							

Sumber : Data diolah, 2025

Dari tabel diatas, dapat diperoleh nilai thitung X_1 (-13.269), X_2 (8.786) dan X_3 (8.365), sedangkan untuk nilai ttabel sebesar (1.663). Karena terdapat nilai thitung negatif pada variabel X_1 , maka akan dilakukan pengujian kurva hipotesis sebagai berikut:

Tabel Hasil Uji Kurva Hipotesis



Sumber : Data diolah, 2025

Berdasarkan hasil pengujian kurva hipotesis diatas, dapat diketahui bahwa nilai thitung variabel X_1 dan X_3 terletak pada daerah penolakan H_0 , maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Literasi Halal (X_1) diperoleh nilai signifikansi $0.000 < 0.05$. Dan diperoleh nilai thitung $-13.269 > \text{ttabel } -1.663$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel Literasi Halal (X_1) berpengaruh signifikan terhadap variabel Minat Daftar Sertifikasi Halal (Y).
2. variabel Kampanye Wajib Halal Oktober (X_2) diperoleh nilai signifikansi $0.000 < 0.05$. Dan diperoleh nilai thitung $8.786 > \text{ttabel } 1.663$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel Kampanye Wajib Halal Oktober (X_2) berpengaruh signifikan terhadap variabel Minat Daftar Sertifikasi Halal (Y).
3. variabel Program Sehati (X_3) diperoleh nilai signifikansi $0.000 < 0.05$. Dan diperoleh nilai thitung $8.365 > \text{ttabel } 1.663$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel Program Sehati (X_3) berpengaruh signifikan terhadap variabel Minat Daftar Sertifikasi Halal (Y).

Koefisien Determinasi (Adjusted R^2)

Tabel Hasil Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R^2)

Model Summary ^a				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.840 ^a	.706	.695	.77781
a. Predictors: (Constant), X_3 , X_2 , X_1				

Sumber : Data diolah, 2025

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi diperoleh angka Adjusted R^2 sebesar 0.695 atau sebesar 69.5%. Hal ini menunjukkan bahwa presentase sumbangan dari Variabel Literasi Halal (X_1), Kampanye Wajib Halal Oktober (X_2) dan Program Sehati (X_3) terhadap Minat Daftar Sertifikasi Halal (Y) sebesar 69.5% sedangkan 30,5% lainnya dipengaruhi oleh variabel yang tidak dicantumkan pada penelitian ini.

Pembahasan

1. Pengaruh Literasi Halal, Kampanye Wajib Halal Oktober (WHO) 2024, dan Program Sertifikasi Halal Gratis (SEHATI) secara simultan terhadap Minat Daftar Sertifikasi Halal.

Minat pelaku UMKM di Kota Malang untuk sertifikasi halal dipengaruhi oleh literasi halal, kampanye WHO 2024, dan program SEHATI. Ketiga variabel ini secara signifikan memengaruhi minat daftar sertifikasi halal. Pelaku UMKM menunjukkan keinginan kuat untuk mendaftar sertifikasi halal. Kesadaran dan keinginan meningkatkan keputusan untuk terlibat dalam proses sertifikasi. Strategi pemasaran perlu fokus pada peningkatan literasi halal dan kampanye yang efektif.

2. Pengaruh Literasi Halal terhadap Minat Daftar Sertifikasi Halal

Pemahaman yang baik tentang halal berpengaruh signifikan namun negatif terhadap minat daftar sertifikasi halal. Semakin baik pemahaman, semakin rendah niat untuk mendaftar karena

kesadaran akan tantangan. Biaya tinggi dan proses rumit menjadi penghalang bagi pelaku UMKM. Strategi pemasaran harus menyederhanakan proses sertifikasi dan memberikan insentif. Penelitian ini memberikan perspektif baru tentang hubungan negatif yang belum teridentifikasi sebelumnya.

3. Pengaruh Kampanye Wajib Halal Oktober (WHO) 2024 terhadap Minat Daftar Sertifikasi Halal

Kampanye WHO 2024 berdampak positif signifikan pada minat sertifikasi halal. Penggunaan bahasa yang jelas dalam kampanye meningkatkan pemahaman manfaat sertifikasi. Strategi marketing perlu ditingkatkan untuk memperluas pangsa pasar produk halal. Kampanye ini dapat berlanjut untuk meningkatkan jumlah UMKM bersertifikasi halal. Hasil ini mendukung penelitian sebelumnya tentang pengaruh kampanye terhadap minat sertifikasi.

4. Pengaruh Program Sertifikasi Halal Gratis (SEHATI) terhadap Minat Daftar Sertifikasi Halal

Program SEHATI meningkatkan aksesibilitas sertifikasi halal bagi pelaku UMKM. Program ini menawarkan sertifikasi gratis dan memfasilitasi kepastian kehalalan produk. Pelaku UMKM menunjukkan kesadaran tinggi untuk memastikan kehalalan bahan baku. Program SEHATI berkontribusi signifikan terhadap minat daftar sertifikasi halal. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan dampak positif program SEHATI.

Kesimpulan, Keterbatasan Dan Saran

Kesimpulan

Adapun kesimpulan yang dapat diambil, antara lain:

1. Dapat disimpulkan bahwa minat daftar sertifikasi halal secara simultan dipengaruhi literasi halal, kampanye wajib halal oktober (who) 2024, dan program sehat.
2. Variabel Literasi halal (X1) berpengaruh secara parsial terhadap minat daftar UMKM di Kota Malang untuk sertifikasi halal.
3. Variabel kampanye wajib halal oktober (who) 2024 (X2) berpengaruh secara parsial terhadap minat daftar UMKM di Kota Malang untuk sertifikasi halal.
4. Variabel program sehat (X3) berpengaruh secara parsial terhadap minat daftar UMKM di Kota Malang untuk sertifikasi halal.

Keterbatasan

Berikut keterbatasan yang perlu diperbaiki, antara lain:

1. Berdasarkan hasil dari penelitian ini dapat diketahui bahwa literasi halal, kampanye wajib halal oktober (who) 2024, dan program sehat berpengaruh terhadap minat daftar UMKM di Kota Malang untuk sertifikasi halal. Namun, tidak sepenuhnya variabel tersebut menjadi faktor utama yang memengaruhi minat para pelaku UMKM. Sehingga masih banyak variabel lain yang lebih berpengaruh terhadap minat daftar sertifikasi halal yang tidak terdapat dalam penelitian ini.
2. Lingkup pada penelitian ini terbatas, yaitu di wilayah Kota Malang pada 5 kecamatan (Blimbing, Sukun, Lowokwaru, Kedungkandang, Klojen), sehingga penelitian ini hanya menggambarkan pada ruang lingkup objek penelitian tersebut.

Saran

Adapun beberapa saran yang dapat peneliti sampaikan yang bertujuan untuk membangun kolaborasi yang baik akan tercapainya sertifikasi halal untuk para pelaku UMKM di wilayah Kota Malang, antara lain:

1. Instansi Pemerintah Kota Malang
Diperlukan dukungan para aparat pemerintah daerah terkhusus pada penelitian kali ini adalah aparat pemerintah Kota Malang. Pemerintah dapat mengeluarkan kebijakan agar dapat menggerakkan pelaku usaha dalam mengajukan produknya untuk sertifikasi halal.
2. Dinas Koperasi dan UMKM

Dinas Koperasi dan UMKM setidaknya mampu mengadakan sosialisasi serta edukasi yang rutin secara berkala dan menyeluruh kepada para pelaku UMKM di Kota Malang dengan memanfaatkan database yang ada agar segera mendaftarkan produknya.

3. BPJPH / Kemenag
peneliti ingin memberikan saran agar memperpanjang jangka waktu dibukanya pendaftaran serta proses sertifikasi halal secara gratis untuk UMKM, terkhusus di Kota Malang yang masih belum menyeluruh yang mendaftarkan produknya untuk sertifikasi halal.
4. Halal Center UNISMA Malang
Halal Center UNISMA bisa mengadakan event menarik yang dapat menghadirkan mahasiswa agar para mahasiswa turut berkontribusi baik mensosialisasikan pentingnya sertifikasi halal bagi UMKM bahkan menjadi bagian dari PPH.
5. Pelaku UMKM Kuliner di Kota Malang
Bagi pelaku usaha setidaknya harus lebih peduli terkait kebijakan yang telah dikeluarkan oleh Kemenag. Selain mengindahkan suatu kebijakan, di sisi lain sertifikasi halal dapat memberikan banyak sekali manfaat bagi bisnis kuliner di era sekarang.
6. Peneliti Selanjutnya
Bagi peneliti selanjutnya, peneliti menyarankan agar dapat menambahkan variabel – variabel yang lebih kompleks lagi dikarenakan telah di dapatkan hasil bahwa ada 30,5% faktor yang belum dijelaskan dalam penelitian ini sehingga nantinya dapat menggambarkan situasi yang aktual terkait hubungan minat daftar sertifikasi halal dengan literasi halal. Kampanye wajib halal oktober (who) 2024, dan program sehati. Dan mengkaji fenomena penelitian ke skala yang lebih besar.

Referensi

- Ajzen, I. (1991). *Teori Perilaku Terencana* (Vol. 211, pp. 179–211).
- Deanova et al. (2023). *Strategi Pengembangan Usaha (Ukm) Untuk Meningkatkan Citra Kota Malang Di Wisata Kuliner Dan Tempat Pariwisata*. <https://journal.iaisambas.ac.id/index.php/Cross-Border/article/download/2026/1525>
- Fauziah, I. (2023). *Pengaruh Program SEHATI (Sertifikasi Halal Gratis) Terhadap Minat Untuk Mengajukan Sertifikasi Halal (Studi di UMK Kota Serang)*. <https://repository.uinbanten.ac.id/>
- Ihsan,W. & Fata, z. (n.d.). *Konsep Makanan Halal dan Tayyib Menurut TANTAWI BIN JAWHARI AL-MISHRI dalam Tafsirnya AL-JAWĀHIR FĪ TAFSĪR AL-QUR'ĀN AL-KARĪM*. 01(September 2022), 38–56.
- Kemenag. (2024). *Kampanye Wajib Halal Oktober 2024: Mendorong Kesadaran Akan Kehalalan Produk di Lampung*. lampung.kemenag.go.id
- Octapiani, N. A. (2022). *Pengaruh Program SEHATI, Literasi Halal, dan Hala Awareness Terhadap Minat Sertifikasi Halal Produk Usaha Mikro (Studi Pada Pelaku Usaha Mikro di Kabupaten Pandeglang)*. <https://eprints.untirta.ac.id/id/eprint/22232>
- Pamuji, S. (2024). *. Produk Ini Harus Bersertifikat Halal di Oktober 2024, BPJPH Imbau Pelaku Usaha Segera Urus Sertifikasi Halal*. halal.co.id.
- Sari, R. P. (2024). *Pengaruh Halal Awareness dan Pelayanan Sertifikasi Halal Gratis (SEHATI) Terhadap Minat Pelaku Usaha Mikro Kecil (UMK) untuk Mendaftarkan Produknya di Kota Metro Oleh : Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam INSTITUT AGAMA ISLAM NE*. <https://repository.metrouniv.ac.id/id/eprint/9801/1/RANI> PERMATA SARI_2003011084.pdf

Setyowati, A., Anwar, M. K. (2022). *Pengaruh Literasi Halal dan Religiusitas Terhadap Minat Konsumsi Produk Halal Masyarakat Kabupaten Madiun*.

Zahra, carissa layyina. (2023). *Pengaruh Literasi Halal, Kepatuhan Jaminan Produk Halal, dan Motivasi Finansial Terhadap Keputusan Sertifikasi Halal di Rumah Makan Gudeg Sagan Yogyakarta*. <https://dspace.uui.ac.id/handle/123456789/dspace.uui.ac.id/123456789/46169>

Anisa Maulidia Safitri *) Adalah Mahasiswi FEB Unisma

Budi Wahono **) Adalah Dosen Tetap FEB Unisma

Rahmawati ***) Adalah Dosen Tetap FEB Unisma