

Pengaruh Pengetahuan dan Religiusitas terhadap Niat Usaha Mikro dan Kecil Penerima Program Sertifikasi Halal Gratis (SEHATI) 2025 di Jawa Barat

Sabila Syifa Noorazlina^{1*}, Abdulah Safe'i², Evi Sopiah³

^{1,2,3}Ekonomi Syariah, Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Kampus 2 Bandung, Jl. Cimencrang, Panyileukan, Cimencrang, Gedebage, Kota Bandung, Jawa Barat, 40292, Indonesia.

Email: 1229220104@student.uinsgd.ac.id^{1*}, abdulahsafei@uinsgd.ac.id², evisopaiah@uinsgd.ac.id³

Histori Artikel:

Dikirim 31 Desember 2025; Diterima dalam bentuk revisi 10 Januari 2026; Diterima 20 Februari 2026; Diterbitkan 1 April 2026. Semua hak dilindungi oleh Lembaga Otonom Lembaga Informasi dan Riset Indonesia (KITA INFO dan Riset) – Lembaga KITA.

Suggested citation:

Noorazlina, S. S., Safe'i, A., & Sopiah, E. (2026). Pengaruh Pengetahuan dan Religiusitas terhadap Niat Usaha Mikro dan Kecil Penerima Program Sertifikasi Halal Gratis (SEHATI) 2025 di Jawa Barat. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 12(2), 1513-1529. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v12i2.6238>.

Abstrak

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh masih rendahnya tingkat partisipasi Usaha Mikro dan Kecil (UMK) dalam program Sertifikasi Halal Gratis (SEHATI) yang diselenggarakan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH), meskipun program tersebut telah dirancang dengan prosedur yang mudah dan tanpa biaya. Kondisi ini menunjukkan tidak adanya kesenjangan antara kebijakan fasilitatif pemerintah dan kesiapan internal dari pihak pelaku usaha, terutama terkait aspek pengetahuan dan religiusitas mereka. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengetahuan dan keagamaan terhadap niat UMK untuk berpartisipasi dalam Program SEHATI 2025. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap 124 responden UMK di Jawa Barat. Data primer dianalisis menggunakan regresi berganda linear melalui program SPSS versi 27. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat pelaku UMK, yang menandakan pentingnya pemahaman konsep mengenai halal, prosedur sertifikasi, serta ketentuan regulasi yang berlaku. Religiusitas juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan sebagai faktor pendorong moral dalam menjalankan usaha sesuai prinsip syariah. Secara bersama-sama, pengetahuan dan religiusitas mampu menjelaskan 65,3% variasi nilai niat UMK untuk berpartisipasi dalam program sertifikasi halal. Temuan ini menekankan perlunya integrasi antara pelatihan teknis dan penguatan nilai-nilai keagamaan guna meningkatkan partisipasi pelaku UMK dalam program sertifikasi.

Kata Kunci: Pengetahuan; Religiusitas; Niat; Sertifikasi Halal; Usaha Mikro dan Kecil.

Abstract

This research is motivated by the low level of participation of Micro and Small Enterprises (MSEs) in the Free Halal Certification (SEHATI) program organized by the Halal Product Guarantee Agency (BPJPH), even though the program has been designed with easy procedures and no fees. This condition indicates that there is no gap between the government's facilitative policies and the internal readiness of business actors, especially regarding their knowledge and religiosity. Therefore, this study aims to analyze the influence of knowledge and religiosity on the intention of MSEs to participate in the SEHATI 2025 Program. This study uses a quantitative approach with a survey method of 124 MSE respondents in West Java. Primary data were analyzed using multiple linear regression through the SPSS version 27 program. The results show that knowledge has a positive and significant influence on the intention of MSE actors, which indicates the importance of understanding the concept of halal, certification procedures, and applicable regulatory provisions. Religiosity is also proven to have a positive and significant influence as a moral driving factor in running a business according to sharia principles. Together, knowledge and religiosity explained 65.3% of the variation in MSEs' intention to participate in the halal certification program. This finding underscores the need to integrate technical training and strengthening religious values to increase MSE participation in the certification program.

Keyword: Knowledge; Religiosity; Intention; Halal Certification; Micro and Small Enterprises.

1. Pendahuluan

Sertifikasi halal tidak lagi sekadar persyaratan administratif, tetapi telah menjadi bagian penting dalam penguatan ekosistem industri halal nasional khususnya bagi usaha mikro dan kecil (UMK) di sektor pangan (Agung & Santi, 2025). Pemerintah memberikan tanggapan terhadap Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal dengan berbagai program pendukung, termasuk Program Sertifikasi Halal Gratis (SEHATI), yang sudah diterapkan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) sejak tahun 2021 dengan prosedur yang lebih mudah dan tidak memerlukan biaya (Maulana, 2025). Meskipun program ini mampu memperluas akses sertifikasi halal, capaian di tingkat pelaku usaha masih dihadapkan pada persoalan kesiapan, terutama yang berkaitan dengan pemahaman dan kesadaran pelaku Usaha Mikro dan Kecil (UMK) terhadap urgensi sertifikasi halal (Maharani & Suma, 2023). Industri makanan dan minuman merupakan sektor strategis yang berkontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi nasional, termasuk terhadap PDB non-migas yang menunjukkan pertumbuhan relatif stabil (Sukmadiana & Faeni, 2025). Berdasarkan Sensus Ekonomi BPS, pelaku usaha mendominasi struktur usaha nasional dengan kontribusi sebesar 98,33% terhadap PDB, di mana sebagian besar industri pengolahan skala mikro bergerak di subsektor pangan (Halim & Faraby, 2025). Dominasi tersebut menempatkan usaha mikro dan kecil (UMK) sebagai aktor kunci dalam keberlanjutan ekosistem halal, sehingga keputusan mereka terkait kepatuhan terhadap sertifikasi halal memiliki implikasi strategis baik dari sisi ekonomi maupun kepercayaan konsumen. Secara regulatif, kewajiban sertifikasi halal bagi pelaku usaha telah ditegaskan dalam Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja, serta Peraturan Pemerintah Nomor 39 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Bidang Jaminan Produk Halal, yang mewajibkan setiap produk yang dipasarkan memiliki sertifikasi halal sesuai standar Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) (Sopiah *et al.*, 2024). Skema sertifikasi halal gratis pertama kali diperkenalkan pada tahun 2019 dan kemudian dikembangkan menjadi program SEHATI pada 2021 sebagai bagian dari upaya pemulihan usaha mikro dan kecil (UMK) pasca-COVID-19 (Jakiyudin & Fedro, 2022). Pelaksanaan kewajiban ini dilakukan secara bertahap, dengan fase awal untuk sektor pangan dan minuman berakhir pada 17 Oktober 2024 (BPJPH, 2024). Berakhirnya fase tersebut menandai masuknya tahap penguatan kepatuhan di mana pelaku usaha menjadi semakin relevan dalam memenuhi kewajiban sertifikasi halal, termasuk melalui partisipasi dalam program SEHATI 2025.

Pada tahun 2025, Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) mengalokasikan satu juta kuota sertifikasi halal melalui program SEHATI secara nasional, dengan Jawa Barat sebagai provinsi penerima alokasi terbesar sebanyak 187.143 kuota (BPJPH, 2025). Posisi strategis Jawa Barat didukung oleh karakteristik wilayah yang luas dan beragam, mencakup 27 kabupaten dan 9 kota dengan tingkat akses informasi dan literasi yang berbeda-beda (Umam *et al.*, 2024). Kondisi tersebut menunjukkan bahwa besarnya alokasi kuota sertifikasi halal belum tentu diikuti oleh kesiapan pelaku usaha secara merata. Perbedaan pengetahuan dan perbedaan latar belakang dapat memengaruhi dapat memengaruhi pemahaman mereka terhadap kewajiban sertifikasi halal (Maura *et al.*, 2025). Pengetahuan dan religiusitas usaha mikro dan kecil (UMK) dapat dipengaruhi oleh perbedaan-perbedaan ini. Oleh karena itu, penting untuk melakukan penelitian tentang faktor-faktor internal yang memengaruhi niat pelaku usaha dan bagaimana mereka menanggapi program SEHATI. Penelitian sebelumnya membahas pemahaman halal terbukti mendorong kepercayaan konsumen dan memengaruhi keputusan pelaku usaha untuk menyediakan produk bersertifikat halal (Nisa *et al.*, 2025; Sari *et al.*, 2023). Selain itu, literasi halal membantu pelaku usaha memahami fungsi pelabelan halal, tidak semata sebagai kewajiban regulasi, tetapi juga sebagai sarana edukasi bagi konsumen sehingga membentuk sikap yang lebih positif terhadap proses sertifikasi (Sakti & Ramadhani, 2023). Dari sisi nilai personal, tingkat religiusitas terbukti memperkuat komitmen, karena dianggap sebagai kewajiban moral dan agama bagi UMK terus mematuhi standar halal (Mutmainah, 2018 ; Albra *et al.*, 2023). Temuan-temuan tersebut sesuai dengan *Theory of Planned Behavior* yang menyebutkan bahwa sikap, norma subjektif, dan persepsi tentang kemampuan seseorang mengendalikan perilaku mempengaruhi keinginan atau niat seseorang (Purwanto *et al.*, 2022).

RESEARCH ARTICLE

Namun, Hadiyanto *et al.*, (2024) menekankan bahwa keberlanjutan status halal turut ditentukan oleh konsistensi pelaku usaha dalam menjaga kepatuhan. Perbedaan penekanan ini menunjukkan bahwa niat mengikuti sertifikasi, termasuk melalui program SEHATI, terbentuk dari interaksi antara proses psikologis dan nilai personal pelaku usaha. Namun, kajian yang secara spesifik mengaitkan pengetahuan dan religiusitas dengan niat UMK dalam mengikuti program SEHATI 2025 di Provinsi Jawa Barat masih terbatas. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang umumnya membahas kepatuhan sertifikasi halal secara umum, penelitian ini secara khusus memfokuskan pada niat pelaku Usaha Mikro dan Kecil (UMK) untuk mengikuti program SEHATI 2025. Penelitian ini juga ditempatkan pada konteks Provinsi Jawa Barat sebagai wilayah dengan alokasi kuota sertifikasi halal terbesar pada tahun 2025 dan adanya karakteristik pelaku usaha yang beragam. Fokus tersebut memberikan perspektif yang lebih spesifik dalam memahami faktor internal pelaku Usaha Mikro dan Kecil (UMK) sebelum pengambilan keputusan terkait sertifikasi halal. Berdasarkan perbedaan ini, penelitian ini bertujuan untuk membahas pengaruh pengetahuan dan religiusitas terhadap niat usaha mikro dan kecil (UMK) untuk berpartisipasi dalam Program Sertifikasi Halal SEHATI 2025 di Provinsi Jawa Barat. Penelitian ini difokuskan pada niat pelaku usaha terkait Program Sertifikasi Halal. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan pemahaman tentang faktor-faktor yang memengaruhi keinginan mikro dan kecil (UMK) untuk berpartisipasi dalam Sertifikasi Halal.

2. Tinjauan Pustaka

Penelitian ini menggunakan *Theory of Planned Behavior* (TPB) dari Ajzen dan Fishbein sebagai dasar untuk menilai dampak keyakinan halal terhadap keinginan pelaku usaha untuk mengikuti program SEHATI 2025. Menurut Ajzen (2020), komponen relevan dalam *Theory of Planned Behavior* (TPB) mencakup sikap terhadap perilaku, norma subjektif dan kendali perilaku yang dirasakan. Ketiga elemen ini membentuk niat seseorang dalam bertindak. Teori ini telah banyak digunakan dalam penelitian perilaku produsen khususnya di sektor halal karena kemampuannya menjelaskan faktor-faktor yang mendorong keputusan bisnis (Fatima & Amir, 2023). Dalam penelitian ini, sikap pelaku usaha dipengaruhi oleh pengetahuan mengenai sertifikasi halal. Selain itu, tingkat religiusitas terhadap kewajiban produk halal turut membentuk cara pandang pelaku usaha. Ketiga aspek tersebut berperan dalam membangun sikap positif yang pada akhirnya memperkuat niat pelaku usaha untuk mengikuti sertifikasi halal melalui program SEHATI 2025 dalam konteks penelitian ini. Selain itu, tingkat religiusitas dan niat terhadap kewajiban produk halal turut membentuk cara pandang pelaku usaha. Aspek tersebut berperan dalam membangun sikap positif yang pada akhirnya memperkuat niat Usaha Mikro dan Kecil (UMK) untuk mengikuti sertifikasi halal melalui program SEHATI 2025 (Handayati *et al.*, 2023). Penelitian ini menganalisis pengaruh pengetahuan dan religiusitas terhadap niat UMK di Jawa Barat dalam mengikuti program SEHATI 2025. Pengetahuan dalam penelitian ini merujuk pada pemahaman pelaku usaha tentang sertifikasi halal. Pengetahuan diperoleh melalui proses belajar dan pengalaman, yang memengaruhi cara pelaku usaha menilai manfaat dan konsekuensi sertifikasi halal (Azizah *et al.*, 2025). Sementara itu, religiusitas mencerminkan tingkat penghayatan nilai-nilai keagamaan yang mendorong individu, termasuk pelaku usaha, untuk memahami dan menerapkan prinsip halal dalam sikap serta perilaku usahanya (Istiarini *et al.*, 2024). Dalam *Theory of Planned Behavior* (TPB), kedua variabel tersebut berkontribusi dalam membentuk sikap dan norma subjektif yang pada akhirnya memengaruhi niat perilaku. Penerapan *Theory of Planned Behavior* (TPB) dalam konteks sertifikasi halal telah dibahas dalam literatur terkini. Menurut Aisyi *et al.*, (2025), niat yang dilandasi sikap positif dan religiusitas mendorong pelaku UMK untuk memandang sertifikasi halal sebagai bagian dari ibadah dalam aktivitas usahanya. Program SEHATI 2025 menawarkan prosedur yang disederhanakan dan sertifikasi tanpa biaya melalui *self declare* (Yuliani, 2024). Kondisi ini memberikan konteks unik di mana faktor motivasi internal menjadi sangat berpengaruh terhadap keputusan pelaku usaha.

RESEARCH ARTICLE

Berdasarkan *Theory of Planned Behavior* (TPB), penelitian ini berfokus pada niat usaha mikro dan kecil (UMK) sebagai variabel dependen (Y), yang dipengaruhi oleh pengetahuan (X1) dan religiusitas (X2). Niat dalam penelitian ini dipahami sebagai kecenderungan pengusaha untuk berpartisipasi dalam program Sertifikasi Halal gratis (SEHATI) di Jawa Barat pada tahun 2025. Niat ini mencerminkan tingkat kemauan dan keyakinan pengusaha untuk berpartisipasi secara sukarela dan berkelanjutan dalam proses sertifikasi Halal. Dalam konteks ini, niat merupakan indikator utama yang penting dari partisipasi usaha mikro dan kecil (UMK) dalam program sertifikasi halal.

2.1 Pengetahuan

Pengetahuan didefinisikan sebagai tingkat pemahaman dan kesadaran individu tentang konsep, mekanisme, ketentuan dan manfaat yang melekat pada sertifikasi halal (Bariato *et al.*, 2025). Dalam konteks program SEHATI 2025, pengetahuan mencakup pemahaman pelaku usaha terhadap prinsip-prinsip halal dan alur sertifikasi yang harus dipenuhi. Pemahaman tersebut juga mencakup ketentuan yang berlaku serta manfaat sertifikasi halal dalam mendukung keberlanjutan usaha. Tingkat pengetahuan yang cukup meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk halal dan kepercayaan mereka terhadap produk yang dibuat (Al-Haq *et al.*, 2024). Sertifikasi halal memberi nilai penting bagi pelaku usaha dalam menjaga keberlanjutan usahanya (Maulida & Nawawi, 2024). Bagi pelaku usaha, keberadaan sertifikasi halal menjadi faktor penting dalam membangun rasa percaya konsumen terhadap produk yang dipasarkan (Bangun *et al.*, 2024). Pengetahuan halal mencerminkan sejauh mana produsen memahami prinsip-prinsip halal sesuai dengan peraturan yang berlaku (Niswa *et al.*, 2025). Kemampuan menerapkan prinsip-prinsip tersebut menjadi indikator konkret dari tingkat pengetahuan yang dimiliki. Hal ini menegaskan bahwa pengetahuan halal berperan dalam meningkatkan niat produsen makanan untuk mengejar sertifikasi halal (Oemar *et al.*, 2023). Penerapan *Theory of Planned Behavior* dalam penelitian tentang sertifikasi halal menunjukkan bahwa sikap pelaku usaha, norma subjektif mereka, dan tingkat kendali perilaku yang mereka rasakan dapat memengaruhi niat mereka (Ayu *et al.*, 2023). Ketiga aspek tersebut bersumber dari faktor internal pelaku usaha yang berkembang seiring dengan meningkatnya pemahaman mereka mengenai konsep halal, termasuk pemahaman prinsip dasar, informasi yang relevan, serta alur dan prosedur sertifikasi yang harus ditempuh. Oleh karena itu, meningkatkan pengetahuan tentang halal merupakan faktor penting dalam mendorong perusahaan untuk berpartisipasi dalam program sertifikasi halal.

Penerapan *Theory of Planned Behavior* (TPB) dalam studi tentang sertifikasi halal menunjukkan bahwa sikap, norma subjektif dan kendali perilaku yang dirasakan mempengaruhi tujuan usaha tercermin melalui faktor internal pelaku usaha. Beberapa studi mengonfirmasi bahwa pengetahuan halal, yang meliputi: pemahaman prinsip halal, informasi, prosedur sertifikasi, peraturan dan manfaat yang memiliki peran besar dalam menumbuhkan kesadaran akan sertifikasi halal (Izzah & Irfany, 2023; Hidayat & Witta, 2024). Dalam *Theory of Planned Behavior* (TPB), sikap pelaku usaha terhadap sertifikasi halal banyak dipengaruhi oleh pemahaman pelaku usaha tentang aturan, proses, dan manfaat halal. Pendampingan melalui peningkatan pemahaman halal membantu pelaku usaha dari berbagai latar belakang menjadi lebih yakin dan siap dalam mengurus sertifikasi halal sebagai jaminan legalitas produk (Zulaikha *et al.*, 2024). Kondisi ini menjadi semakin relevan dalam program SEHATI 2025 yang menyediakan kemudahan akses dan pembiayaan gratis, sehingga pengetahuan berfungsi sebagai faktor penguat dalam mendorong partisipasi dan keberlanjutan kepatuhan halal, khususnya di Jawa Barat sebagai wilayah dengan tingkat implementasi tertinggi secara nasional. Oleh karena itu, pengetahuan tidak hanya berfungsi sebagai sumber informasi, tetapi juga membangun keyakinan dan perspektif positif bagi pengusaha tentang sertifikasi halal. H1: Pengetahuan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat usaha mikro dan kecil (UMK) untuk berpartisipasi dalam program SEHATI 2025.

2.2 Religiusitas

Religiusitas mencerminkan tingkat nilai keagamaan yang memengaruhi sikap dan pengambilan keputusan individu, termasuk dalam aktivitas sehari-hari (Meirahmawati *et al.*, 2025). Religiusitas dalam dunia usaha tercermin dari cara pelaku usaha mengambil keputusan yang selaras dengan nilai

RESEARCH ARTICLE

keagamaan (Alawiyah, 2023). Dalam konteks pelaku usaha, religiusitas berperan dalam membentuk kesadaran dan kepatuhan terhadap Sertifikasi halal sebagai bagian dari kewajiban moral (Wulandari, 2025). Sebagai negara dengan mayoritas penduduk Muslim, menunjukkan bahwa agama memainkan peran penting dalam membentuk perilaku bisnis yang berkaitan dengan penerapan halal (Yuningsih M *et al.*, 2023). Nilai-nilai keagamaan dapat menciptakan rasa kewajiban moral dan harapan sosial, khususnya di mayoritas Muslim di mana kepatuhan halal diperkuat secara sosial (Islami, 2023). Religiusitas pelaku usaha berperan sebagai dorongan internal dalam menerapkan praktik bisnis halal yang selaras dengan prinsip syariah dan bernilai strategis dalam pemasaran produk (Wibowo *et al.*, 2025). Tingkat religiusitas yang tinggi mendorong pelaku usaha untuk memandang sertifikasi halal baik sebagai kewajiban maupun sebagai strategi untuk memperkuat citra perusahaan dan memperluas pasar. Oleh karena itu, religiusitas diharapkan dapat memberikan kontribusi positif terhadap niat Usaha Mikro dan Kecil (UMK) untuk mempertahankan dan menerapkan standar halal melalui program SEHATI 2025. Religiusitas diukur melalui beberapa indikator yang diadaptasi dari literatur kepatuhan halal sebelumnya: pemahaman konsep halal-haram, kemampuan untuk membedakan antara praktik yang sesuai halal dan yang tidak sesuai halal, menyiapkan bahan dan peralatan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam, mengatur proses produksi sesuai dengan nilai-nilai agama, kemauan untuk mengadaptasi praktik bisnis untuk mempertahankan kepatuhan halal dan menggunakan nilai-nilai agama sebagai dasar pengambilan keputusan bisnis (Wulandari, 2025; Wahab *et al.*, 2024). Oleh karena itu, tingkat religiusitas yang lebih tinggi diharapkan akan mendorong usaha mikro dan kecil (UMK) untuk mempertahankan sertifikasi halal dan berpartisipasi dalam program SEHATI 2025. H2: Religiusitas memiliki pengaruh positif terhadap niat usaha mikro dan kecil (UMK) untuk berpartisipasi dalam program SEHATI 2025.

2.3 Niat

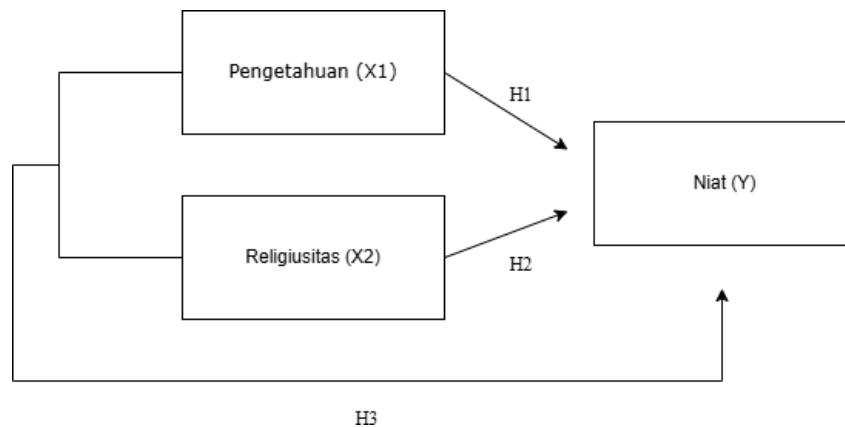
Menurut Ajzen dalam jurnal (Bakar *et al.*, 2018) faktor-faktor yang secara langsung menentukan perilaku seseorang dapat dipengaruhi oleh sikap, norma subjektif dan kendali yang dirasakan. Niat mencerminkan kesiapan batin seseorang, yang mengekspresikan komitmen dan kemampuan subjektif mereka untuk melaksanakan tindakan tertentu (Arianti *et al.*, 2025). Dalam penelitian ini, niat mengacu pada kemauan pelaku usaha untuk secara konsisten menerapkan standar halal dan mematuhi persyaratan sertifikasi halal setelah memperoleh sertifikasi melalui program SEHATI 2025. Variabel niat menjadi penghubung antara dorongan internal seperti efikasi diri, dengan tindakan nyata yang akan dilakukan oleh pelaku usaha (Wardhani *et al.*, 2025). Niat yang kuat menunjukkan bahwa pelaku usaha tidak hanya memiliki keinginan sesaat, tetapi sudah mempertimbangkan konsekuensi dan kesiapan dalam mengalokasikan sumber daya untuk mendukung keberlangsungan sertifikasi halal. Menurut Latif *et al.*, (2025), dinyatakan bahwa tindakan yang ditargetkan seperti pengaruh sosial dapat meningkatkan keinginan bisnis untuk mematuhi peraturan. Ini akan menghasilkan komitmen jangka panjang untuk pemantauan, kepatuhan terhadap peraturan halal, dan pengembangan halal di Indonesia. Niat sertifikasi halal pada pelaku usaha mencerminkan kesiapan dan komitmen berkelanjutan dalam menjaga standar halal, yang turut dipengaruhi oleh tingkat kesadaran serta penguatan nilai-nilai keislaman (Mujahidin & Sulaeman, 2025). Dalam penelitian ini, pengetahuan berkontribusi pada pembentukan sikap positif terhadap sertifikasi halal, sementara religiusitas memperkuat norma moral dan rasa kewajiban. Kombinasi kedua faktor ini menciptakan sinergi yang mengarah pada niat yang lebih stabil dan berkelanjutan. Pengukuran niat dilakukan dengan menggunakan indikator yang mencerminkan kemauan untuk mematuhi dan komitmen terhadap keberlanjutan: niat untuk menerapkan standar halal di seluruh operasi bisnis, komitmen untuk memastikan pelaku usaha tentang praktik halal, kemauan untuk menggunakan bahan yang memenuhi persyaratan halal, kepatuhan terhadap prosedur halal yang ditetapkan oleh lembaga yang berwenang, komitmen terhadap transparansi dalam implementasi halal dan niat untuk memperluas prinsip halal dalam semua aspek kegiatan bisnis (Handayati *et al.*, 2023; Gemilang *et al.*, 2024). Indikator-indikator tersebut dirancang untuk mengukur tingkat keseriusan dan konsistensi pelaku usaha dalam menerapkan standar halal, bukan hanya sebagai tanggung jawab administratif, tetapi sebagai komponen utama operasi bisnis mereka. Interaksi faktor-faktor ini diharapkan dapat memperkuat niat Usaha Mikro dan Kecil (UMK) untuk berpartisipasi aktif dan mempertahankan

RESEARCH ARTICLE

sertifikasi halal melalui SEHATI 2025. Berdasarkan diskusi teoritis dan empiris di atas, penelitian ini mengajukan hipotesis sebagai berikut: H3: Pengetahuan dan religiusitas memiliki pengaruh positif terhadap niat usaha mikro dan kecil (UMK) untuk berpartisipasi dalam program SEHATI 2025.

2.4 Hipotesis

Studi ini melihat bagaimana pengaruh pengetahuan dan religiusitas memengaruhi niat usaha mikro dan kecil (UMK) untuk mendapatkan sertifikasi halal. Pengetahuan membantu pelaku usaha memahami tujuan, manfaat, dan prosedur sertifikasi halal secara lebih jelas. Religiusitas mendorong kesadaran para pelaku usaha untuk memandang sertifikasi halal sebagai bagian dari tanggung jawab moral dan agama mereka. Niat kemudian mencerminkan kesungguhan pelaku unit mikro dan kecil (UMK) dalam mengambil langkah nyata untuk mengikuti sertifikasi halal. Dengan demikian, penelitian ini berhipotesis bahwa pengetahuan dan religiusitas, baik secara individu maupun bersama-sama, memiliki pengaruh positif terhadap niat pelaku unit mikro dan kecil (UMK) untuk mendapat sertifikasi halal. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengetahuan dan religiusitas terhadap niat pelaku usaha untuk mengejar sertifikasi halal, dengan hipotesis yang dirumuskan sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Hipotesis

H1: Pengetahuan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat usaha mikro dan kecil (UMK) untuk berpartisipasi dalam program SEHATI 2025.

H2: Religiusitas memiliki pengaruh positif terhadap niat usaha mikro dan kecil (UMK) untuk berpartisipasi dalam program SEHATI 2025.

H3: Pengetahuan dan religiusitas memiliki pengaruh positif terhadap niat usaha mikro dan kecil (UMK) untuk berpartisipasi dalam program SEHATI 2025.

3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode riset kuantitatif berbasis survei yang memanfaatkan data primer yang dikumpulkan dari usaha mikro dan kecil (UMK) di Provinsi Jawa Barat. Pendekatan survei dipilih untuk meneliti hubungan antara pengetahuan, religiusitas dan niat untuk berpartisipasi dalam sertifikasi halal di bawah program SEHATI 2025. Populasi penelitian ini terdiri dari 187.143 Unit Mikro dan Kecil (UMK) yang terdaftar sebagai target program SEHATI di Jawa Barat pada tahun 2025 (BPJPH, 2025). Dalam kondisi populasi yang telah diketahui, penetapan jumlah sampel dapat dilakukan melalui rumus Yamane atau Isaac and Michael (Sugiyono, 2023), menggunakan rumus Yamane dengan margin kesalahan 10%, seperti yang ditunjukkan di bawah ini:

RESEARCH ARTICLE

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

n = jumlah sampel yang dibutuhkan
 N = ukuran populasi (187.143 pelaku usaha)
 e = Margin kesalahan (10% atau 0,10)

Berdasarkan perhitungan yang dilakukan menggunakan rumus Yamane, ukuran sampel minimum adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{187143}{1 + 187143 (0.10)^2} = 99.94$$

Ukuran sampel minimum ditentukan menggunakan rumus Yamane dengan margin kesalahan 10%, sehingga menghasilkan persyaratan minimum 100 responden. Sebanyak 124 tanggapan valid diperoleh, melebihi ukuran sampel minimum. Studi ini menggunakan pengambilan sampel terarah, yang merupakan metode pengambilan non probability sampling, tujuan penelitian memilih responden berdasarkan kriteria tertentu (Kusumastuti dkk., 2020). Kriteria tersebut meliputi: Pelaku Usaha skala Unit Mikro dan Kecil (UMK); Beragama Muslim; Telah menjalankan usaha minimal satu tahun; Berdomisili di Jawa Barat; Telah menerima sertifikasi halal yang *self declare* melalui program SEHATI 2025 (Maret-Desember 2025). Data dikumpulkan menggunakan kuesioner terstruktur yang terdiri dari item-item yang menilai pengetahuan, religiusitas dan niat pada skala Likert lima poin dari 1 (sangat tidak setuju) hingga 5 (sangat setuju). Kuesioner didistribusikan secara daring melalui grup *WhatsApp* pendampingan proses produk halal (P3H) dan komunitas UMK dan UMKM di Jawa Barat. Analisis data dilakukan menggunakan SPSS versi 27. Analisis mengikuti asumsi kuantitatif standar, termasuk normalitas, multikolinearitas dan reliabilitas untuk memastikan signifikansi hasil.

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Hasil

4.1.1 Karakteristik Responden

Dalam penelitian ini, 124 usaha mikro dan kecil (UMK) di Provinsi Jawa Barat yang terdaftar sebagai peserta program SEHATI pada tahun 2025 diambil dalam pertimbangan. Responden dipilih untuk mewakili pelaku usaha yang telah berinteraksi langsung dengan kebijakan sertifikasi halal, sehingga data yang diperoleh mencerminkan kondisi di lapangan. Karakteristik responden disajikan untuk memberikan gambaran umum tentang profil demografis dan karakter usaha sebagai konteks dalam menganalisis niat pelaku usaha mengikuti sertifikasi halal. Karakteristik responden dalam penelitian ini meliputi usia, jenis kelamin, lama usaha berjalan dan jenis usaha yang dikelola. Variabel-variabel tersebut relevan karena berpotensi memengaruhi tingkat pengetahuan, orientasi nilai keagamaan, serta kesiapan pelaku usaha dalam merespons program sertifikasi halal. Dengan memahami latar belakang responden, analisis terhadap pengaruh pengetahuan dan religiusitas terhadap niat UMK menjadi lebih komprehensif dan kontekstual. Rincian distribusi karakteristik responden selanjutnya disajikan secara sistematis pada Tabel 1.

Tabel 1. Karakteristik Responden

Karakteristik	Kategori	Jumlah (n)	Presentase (%)
Usia	< 25 Tahun	29	23.4
	25-34 Tahun	34	27.4
	35-44 Tahun	28	22.6
	45-54 Tahun	21	16.9

RESEARCH ARTICLE

	> 55 Tahun	12	9.7
Jenis Kelamin	Wanita	67	54
	Pria	57	46
Lama Usaha Berjalan	1 Tahun	27	21.8
	1-5 Tahun	53	42.7
	> 5 Tahun	44	35.5
Jenis Usaha	Makanan	89	71.8
	Minuman	13	10.5
	Produk lainnya dengan proses sederhana	22	17.7

Berdasarkan hasil dari Tabel 1, mayoritas responden berada pada kelompok usia produktif, yaitu 25-34 tahun. Dari sisi jenis kelamin, ada lebih banyak pengusaha wanita daripada pengusaha pria yang mengindikasikan tingginya peran wanita dalam pengelolaan usaha, terutama pada sektor berbasis pangan. Kondisi ini menunjukkan tingginya keterlibatan perempuan di bidang usaha mikro dan kecil (UMK). Selain itu, sebagian besar responden telah menjalankan usaha selama 1-5 tahun, yang mencerminkan tingkat pengalaman usaha yang relatif memadai dalam pengelolaan kegiatan bisnis. Dominasi pelaku usaha dengan masa 1-5 tahun ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden berada di tahap usaha yang telah melewati fase awal pendirian, sehingga memiliki pengalaman yang relatif memadai dalam mengelola aktivitas bisnis. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa pelaku usaha pada hasil ini cenderung lebih terbuka dan memiliki kesiapan yang lebih baik untuk mengakses serta memanfaatkan program sertifikasi halal dibandingkan pelaku usaha yang masih sangat baru maupun yang telah lama beroperasi. Seiring berkembangnya usaha, pelaku usaha mulai menyadari pentingnya kepastian legal dan kepatuhan terhadap ketentuan, termasuk sertifikasi halal untuk memperkuat daya saing dan keberlanjutan usaha. Sertifikasi halal tidak hanya dipahami sebagai kewajiban agama, tetapi juga sebagai instrumen strategis yang dapat membantu usaha memperluas pasar dan memperkuat kepercayaan konsumen terhadap produk mereka (Hartini & Malahayatie, 2024). Kondisi tersebut menunjukkan bahwa sertifikasi halal dipandang sebagai bagian dari upaya untuk meningkatkan standar dan tata kelola usaha. Dengan demikian, faktor-faktor pembentuk niat pelaku usaha menjadi aspek penting untuk dianalisis. Selanjutnya, dominasi responden yang bergerak di sektor usaha makanan menjelaskan kesesuaian isu halal dalam penelitian ini, mengingat produk pangan memiliki keterkaitan langsung dengan aspek halal dan haram. Karakteristik responden tersebut mendukung fokus penelitian bahwa pengetahuan mengenai sertifikasi halal dan tingkat religiusitas pelaku usaha merupakan faktor penting dalam membentuk niat UMK untuk berpartisipasi, sekaligus mempertahankan kepemilikan sertifikasi halal melalui program SEHATI 2025 di Jawa Barat.

4.1.2 Uji Validitas

Menurut Sugiyono, (2023), pengujian validitas menentukan apakah instrumen penelitian benar-benar mengukur apa yang dimaksudkan untuk diukur. Ini berarti bahwa pengujian validitas menentukan apakah data yang dikumpulkan dan data yang sebenarnya diamati tentang objek yang diteliti sesuai. Pada Tabel 2 menunjukkan hasil pengujian validitas

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Variabel	Nomor Item	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Pengetahuan (X1)	X1.1	0.777	0.1764	Valid
	X1.2	0.790	0.1764	Valid
	X1.3	0.748	0.1764	Valid
	X1.4	0.786	0.1764	Valid
	X1.5	0.761	0.1764	Valid
	X1.6	0.728	0.1764	Valid
Religiusitas (X2)	X2.1	0.790	0.1764	Valid

RESEARCH ARTICLE

	X2.2	0.726	0.1764	Valid
	X2.3	0.809	0.1764	Valid
	X2.4	0.768	0.1764	Valid
	X2.5	0.782	0.1764	Valid
	X2.6	0.775	0.1764	Valid
Niat (Y)	Y.1	0.789	0.1764	Valid
	Y.2	0.814	0.1764	Valid
	Y.3	0.810	0.1764	Valid
	Y.4	0.805	0.1764	Valid
	Y.5	0.819	0.1764	Valid
	Y.6	0.802	0.1764	Valid

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa semua variabel pengetahuan (X1), religiusitas (X2) dan niat (Y) memiliki nilai r yang lebih besar dari nilai r-tabel 0,1764 atau sig < 0,05. Hasil ini menunjukkan bahwa semua variabel dianggap valid. Hasil uji validitas menunjukkan bahwa semua variabel dianggap valid.

4.1.3 Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2023), pengujian reliabilitas adalah alat untuk mengukur konsistensi instrumen penelitian, yaitu sejauh mana instrumen menghasilkan hasil yang sama ketika mengukur objek yang sama pada waktu yang berbeda. Instrumen yang reliabel menunjukkan bahwa data yang mereka peroleh stabil dan dapat dipercaya. (Sugiyono, 2023) menjelaskan bahwa pengujian reliabilitas dilakukan setelah instrumen dinyatakan valid; instrumen yang tidak valid tidak cocok untuk pengujian reliabilitas. Koefisien Cronbach's Alpha biasanya digunakan untuk menguji reliabilitas studi kuantitatif. Ini terutama berlaku untuk instrumen yang dibuat dalam bentuk kuesioner skala Likert. Tabel 3 menunjukkan hasil pengujian reliabilitas.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Standar	Keterangan
Pengetahuan (X1)	0.857	0.60	Reliabel
Religiusitas (X2)	0.866	0.60	Reliabel
Niat (Y)	0.890	0.60	Reliabel

Berdasarkan Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa variabel pengetahuan (X1) memiliki nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,857, variabel religiusitas (X2) memiliki nilai 0,866, dan variabel niat (Y) memiliki nilai 0,890. Hal ini menunjukkan bahwa instrumen yang digunakan memiliki konsistensi internal yang baik, yang berarti bahwa setiap pernyataan memberikan pengukuran yang konsisten dan dapat diandalkan untuk analisis selanjutnya.

4.1.4 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah residual dari model penelitian sesuai dengan asumsi distribusi normal (Machali, 2021). Dalam uji ini dilakukan dengan mengacu pada tingkat signifikansi dari uji Kolmogorov-Smirnov dan dilakukan menggunakan program SPSS. Setelah itu, pengujian dilanjutkan dalam beberapa langkah analisis.

Tabel 4. Hasil Uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		124
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.79983254

RESEARCH ARTICLE

Most Extreme Differences	Absolute	.050
	Positive	.046
	Negative	-.050
Test Statistic		.050
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.200 ^d
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Berdasarkan hasil uji normalitas nilai Asymp. Sig. (2-tailed) adalah 0,200 lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05 menurut hasil uji normalitas Kolmogorov-Smirnov. Ini menunjukkan bahwa data penelitian yang tersisa terdistribusi secara normal. Oleh karena itu, asumsi normalitas terpenuhi, dan data sekarang dapat digunakan untuk analisis regresi dan pengujian hipotesis tambahan.

4.1.5 Uji Multikolinearitas

Pada uji multikolinearitas bertujuan untuk mengidentifikasi keberadaan hubungan atau korelasi yang signifikan antar variabel independen. Tingkat korelasi yang tinggi antara variabel independen menunjukkan bahwa ada kesamaan antara konstruk yang diukur. Hal ini dapat mempengaruhi akurasi analisis, jadi model regresi tidak cocok untuk menilai pengaruh variabel independen dan variabel dependen secara bersamaan (Machali, 2021). Kondisi yang terlibat dalam penelitian ini dapat menyebabkan koefisien regresi menjadi kurang akurat. Selain itu, kondisi tersebut dapat membuatnya lebih sulit untuk memahami pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Oleh karena itu, uji multikolinearitas diperlukan untuk memastikan bahwa analisis model regresi adalah valid dan bahwa setiap variabel independen memberikan kontribusi yang berbeda. Hasil uji multikolinearitas disajikan pada Tabel 5.

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinearitas

		Coefficients ^a	
		Tolerance	Collinearity Statistics VIF
1	Pengetahuan (X1)	.986	1.014
	Religiusitas (X2)	.986	1.014

a. Dependent Variabel: Niat (Y)

Hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa variabel pengetahuan (X1) dan religiusitas (X2) masing-masing memiliki nilai toleransi 0,986 (lebih dari 0,10) dan nilai VIF 1,014 (kurang dari 10). Hasil ini menunjukkan bahwa tidak ada bukti multikolinearitas antara variabel independen dalam model yang digunakan, sehingga model regresi memenuhi asumsi.

4.1.6 Uji Heteroskedastisitas

Dalam model regresi heteroskedastisitas terjadi ketika varians residual tidak konstan di seluruh data, sehingga dapat memengaruhi ketepatan estimasi parameter dan keandalan hasil analisis. Studi ini menggunakan uji Park-Glejser, yang melihat pengaruh hubungan antara setiap variabel independen dan nilai absolut residual untuk menentukan heteroskedastisitas. Jika nilai signifikansi hasil pengujian lebih besar dari 0,05 dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak menunjukkan heteroskedastisitas (Machali, 2021).

RESEARCH ARTICLE

Tabel 6. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.070	.927		3.312	.001
Pengetahuan (X1)	.024	.028	.078	.859	.392
Religiusitas (X2)	.040	.027	.135	1.495	.138

a. Dependent Variabel: ABS_RES

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas pada Tabel 6 menggunakan metode Glejser, di mana nilai signifikansi untuk variabel pengetahuan (X1) adalah 0,392 dan untuk variabel religiusitas (X2) adalah 0,138 kedua nilai tersebut berada di atas tingkat signifikansi 0,05 (Sig. > 0,05), sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada heteroskedastisitas dalam model regresi.

4.1.7 Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda adalah evolusi dari regresi linear sederhana, yang digunakan untuk menganalisis hubungan antara satu variabel dependen (Y) dan dua atau lebih variabel independen (X) secara bersamaan (Machali, 2021). Metode ini digunakan untuk tujuan prediktif, analisis hubungan kausal, serta pengujian hubungan antarvariabel dalam penelitian kuantitatif. Dalam penelitian ini, regresi linear berganda digunakan untuk menganalisis pengaruh pengetahuan (X1) dan religiusitas (X2) sebagai variabel independen terhadap niat usaha mikro dan kecil (UMK) untuk berpartisipasi dalam program SEHATI 2025 di Jawa Barat (Y) sebagai variabel dependen. Dengan menggunakan metode ini, peneliti dapat menentukan pengaruh masing-masing variabel secara individual serta pengaruh gabungan kedua variabel tersebut terhadap niat para pelaku usaha.

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2$$

Keterangan:

Y = Variabel Terikat (Niat)

α = Nilai konstanta

b = Parameter koefisien regresi

X₁ = Pengetahuan

X₂ = Religiusitas

Tabel 7. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients ^a		Standardized Coefficients	t	Sig
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.560	1.58		.982	.382
Pengetahuan (X1)	.478	.049	.531	9.841	.001
Religiusitas (X2)	.470	.046	.550	10.186	.001

b. Dependent Variabel: Niat (Y)

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2$$

$$Y = 1.560 + 0.478 X_1 + 0.470 X_2$$

Berdasarkan hasil regresi linear berganda pada Tabel 7, pengetahuan (X1) dan religiusitas (X2) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat usaha mikro dan kecil (UMK) untuk berpartisipasi dalam program SEHATI 2025 (Sig. = 0,001 < 0,05). Koefisien untuk pengetahuan adalah 0,478 dan untuk religiusitas adalah 0,470, artinya peningkatan kedua variabel ini meningkatkan niat usaha mikro dan kecil (UMK), dengan asumsi variabel lain tetap konstan.

RESEARCH ARTICLE

4.1.8 Uji Analisis Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) adalah ukuran statistik yang digunakan untuk menilai seberapa besar kontribusi variabel independen dalam menjelaskan variasi pada variabel dependen. Nilai R² berkisar dari 0 hingga 1, di mana semakin mendekati 1, semakin besar proporsi perubahan pada variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam model regresi (Machali, 2021). Uji koefisien determinasi (R²) digunakan untuk menilai akurasi model regresi dalam menjelaskan hubungan antara variabel independen dan dependen. Dalam penelitian ini, uji R² digunakan untuk menentukan sejauh mana pengetahuan (X1) dan religiusitas (X2) dapat menjelaskan niat usaha mikro dan kecil (UMK) untuk berpartisipasi dalam Program Sertifikasi Halal SEHATI 2025 di Jawa Barat (Y). Hal ini ditunjukkan pada Tabel 8.

Tabel 8. Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R²)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.808 ^a	.653	.647	1.815
a. Predictors: (Constant), Pengetahuan, Religiusitas				
b. Dependent Variable: Niat				

Nilai R² sebesar 0,653 menunjukkan bahwa 65,3% dari variabel niat (Y) dapat dijelaskan oleh variabel pengetahuan (X1) dan religiusitas (X2), sedangkan sisanya sebesar 34,7% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian.

Tabel 9. Hasil Analisis Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	748.490	2	374.245	113.651	.000 ^b
Residual	398.446	121	3.293		
Total	1146.935	123			

Berdasarkan hasil uji F, diperoleh nilai F sebesar 113,651, yang lebih tinggi dari nilai F tabel sebesar 3,07 pada tingkat signifikansi 0,05 dengan derajat kebebasan df1 = 2 dan df2 = 121. Lebih lanjut, tingkat signifikansi 0,000 (< 0,05) menunjukkan bahwa variabel pengetahuan (X1) dan religiusitas (X2) bersama-sama mempunyai pengaruh signifikan terhadap niat (Y) usaha mikro dan kecil (UMK) untuk berpartisipasi dalam program SEHATI 2025 di Jawa Barat.

4.1.9 Uji Parsial (Uji t)

Hasil analisis pada Tabel 7 menunjukkan bahwa variabel Pengetahuan (X1) memiliki nilai t sebesar 9,841 dengan tingkat signifikansi 0,001 < 0,05 dan nilai t lebih besar dari 1,979 (tabel t). Ini berarti bahwa pengetahuan (X1) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat (Y) untuk berpartisipasi dalam program SEHATI 2025. Demikian pula, variabel religiusitas (X2) memiliki nilai t sebesar 10,186 dengan tingkat signifikansi 0,001 < 0,05 dan nilai t lebih besar dari 1,979 (tabel t). Ini menegaskan bahwa Religiusitas (X2) juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel niat (Y). Dengan demikian, baik pengetahuan (X1) maupun religiusitas (X2) memainkan peran penting dalam meningkatkan niat usaha mikro dan kecil (UMK) untuk berpartisipasi dalam program SEHATI 2025.

4.2 Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengetahuan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat usaha mikro dan kecil (UMK) untuk berpartisipasi dalam program sertifikasi Halal SEHATI 2025. Temuan ini dapat dijelaskan melalui *Theory of Planned Behavior* (TPB), yang menempatkan pengetahuan sebagai dasar pemahaman dalam pembentukan sikap terhadap suatu perilaku (Purwanto *et al.*, 2022). Pemahaman yang memadai mengenai suatu tindakan akan membentuk pengaruh yang lebih rasional dan positif, sehingga mendorong individu untuk memiliki niat yang lebih kuat dalam melaksanakannya. Dalam konteks sertifikasi halal, pengetahuan pelaku usaha mencakup konsep halal-haram, prosedur sertifikasi,

RESEARCH ARTICLE

regulasi dan manfaatnya bagi usaha. Pengetahuan ini penting untuk mengurangi kerumitan dan ketidakpastian proses sertifikasi, terutama dalam program SEHATI 2025 yang menerapkan skema *self declare*. Dengan pengetahuan yang cukup, pelaku usaha lebih percaya diri dan siap mengikuti program sertifikasi. Pemahaman tersebut juga membantu pelaku usaha melihat sertifikasi halal sebagai bagian dari pengelolaan usaha yang terencana dan berkelanjutan. Selain itu, sertifikasi halal tidak hanya dipahami sebagai pemenuhan prinsip keagamaan, tetapi juga sebagai kewajiban yang memiliki dasar hukum yang mengikat. Regulasi di Indonesia mewajibkan produk yang beredar, termasuk yang dihasilkan oleh Usaha Mikro dan Kecil (UMK), untuk memiliki sertifikat halal (Maulana, 2025). Oleh karena itu, pemahaman pelaku usaha terhadap kewajiban dan mekanisme hukum sertifikasi halal menjadi faktor penting dalam membentuk sikap terhadap sertifikasi. Pengetahuan terhadap aspek regulatif tersebut mendorong pelaku usaha untuk memandang sertifikasi halal bukan sekadar pilihan administratif, melainkan sebagai bagian dari tanggung jawab usaha yang harus dipenuhi. Kondisi ini pada akhirnya dapat memperkuat niat Usaha Mikro dan Kecil (UMK) untuk berpartisipasi dalam program SEHATI 2025. Hasil penelitian menunjukkan bahwa religiusitas berpengaruh positif terhadap niat pelaku usaha untuk berpartisipasi dalam Program Sertifikasi Halal SEHATI 2025. Temuan ini berarti bahwa pelaku usaha yang memiliki nilai moral Islam dan kesadaran akan kewajiban halal cenderung lebih termotivasi untuk mendaftarkan produknya dalam program sertifikasi halal. Secara teoritis, hal ini konsisten dengan konsep norma subjektif dan *moral obligation* dalam *Theory of Planned Behavior*, di mana tingkat religiusitas mendorong individu menjalankan tindakan yang sejalan dengan keyakinan agamanya (Zahidiah *et al.*, 2025). Penelitian ini sejalan dengan temuan dari beberapa penelitian sebelumnya yang juga menunjukkan pentingnya religiusitas dalam membentuk niat atau keputusan terkait halal. Misalnya, penelitian di UMK Bangkalan menemukan bahwa religiusitas termasuk faktor prediktif terhadap niat berperilaku melakukan sertifikasi halal, meskipun pengaruhnya tidak selalu signifikan secara statistik dalam semua konteks variabel lain yang berperan (seperti literasi dan kesadaran halal) (Fatmawati *et al.*, 2023).

Kemudian, studi lain pada konsumen Muslim menunjukkan pengaruh religiusitas terhadap perilaku kehalalan, meskipun fokusnya pada niat beli bukan terhadap niat usaha (Nizar *et al.*, 2024). Temuan ini menekankan pentingnya penguatan edukasi keagamaan yang dilengkapi informasi teknis tentang proses sertifikasi halal dalam program SEHATI. Pendekatan ini tidak hanya menekankan kewajiban agama, tetapi juga membantu pelaku usaha memahami manfaat sertifikasi halal bagi keberlangsungan bisnisnya. Dalam hasil penelitian menunjukkan bahwa moral dan religiusitas berperan dalam membentuk niat perilaku pelaku usaha, serta dapat menjadi dasar pengembangan bagi perilaku Usaha Mikro dan Kecil (UMK). Analisis menunjukkan bahwa kombinasi pengetahuan dan religiusitas memiliki pengaruh signifikan terhadap niat UMK, dengan nilai R² sebesar 65,3%. Ini menunjukkan bahwa sekitar 65% variasi niat dapat dijelaskan oleh kedua faktor tersebut, sedangkan yang lain di luar penelitian mempengaruhi sisanya. Temuan ini menegaskan bahwa faktor kognitif (pengetahuan tentang regulasi dan prosedur halal) dan faktor moral (religiusitas dan kewajiban halal) bekerja bersamaan untuk membentuk niat yang lebih kuat. Dengan kata lain, UMK yang memahami pentingnya sertifikasi halal dan memiliki kesadaran religius yang tinggi cenderung lebih termotivasi untuk berpartisipasi. Dari sisi kebijakan, hal ini menunjukkan relevansi program SEHATI 2025 dalam meningkatkan partisipasi Usaha Mikro dan Kecil (UMK). Program ini tidak hanya memberikan edukasi dan informasi teknis, tetapi juga menekankan nilai moral dan religiusitas, sehingga strategi pengembangan sertifikasi halal dapat lebih efektif di Jawa Barat. Dengan memahami hubungan ini, pihak pembuat kebijakan dan lembaga sertifikasi dapat merancang program yang lebih menyeluruh, misalnya dengan mengintegrasikan pelatihan teknis dan kegiatan edukasi religius. Hal ini diharapkan dapat memperkuat motivasi pelaku usaha, mengurangi hambatan partisipasi dan mendukung pencapaian target sertifikasi halal secara lebih merata.

5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, pengetahuan (X1) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat (Y) usaha mikro dan kecil (UMK) untuk berpartisipasi dalam Program Sertifikasi Halal SEHATI 2025. Pengetahuan membantu para pelaku usaha memahami konsep halal, prosedur sertifikasi, dan kewajiban hukum yang berlaku, sehingga meningkatkan kemauan dan kepercayaan mereka untuk berpartisipasi dalam program tersebut. Sementara itu, religiusitas (X2) juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat (Y) UMK, berperan sebagai dorongan moral yang mendorong pelaku usaha menjalankan kegiatan usahanya sesuai dengan keyakinan agama dan tanggung jawab halal terhadap konsumen. Dapat disimpulkan bahwa pengetahuan dan religiusitas mampu menjelaskan 65,3% dari niat Usaha Mikro dan Kecil (UMK) dalam mengikuti program, menunjukkan bahwa niat Usaha Mikro dan Kecil (UMK) dipengaruhi oleh unsur pemahaman dan moral. Sisanya sebesar 34,7% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

Hasil penelitian ini memberikan implikasi bahwa pelaksanaan program SEHATI 2025 perlu mengintegrasikan pendekatan edukatif dan berbasis nilai keagamaan agar lebih efektif dalam meningkatkan partisipasi Usaha Mikro dan Kecil (UMK), khususnya di wilayah dengan mayoritas penduduk Muslim seperti Jawa Barat. Penelitian ini memiliki keterbatasan terkait cakupan dan penggunaan data berdasarkan persepsi responden. Oleh karena itu, disarankan agar penelitian selanjutnya memperluas cakupan, menyertakan lebih banyak variabel yang relevan, dan menggunakan metode yang lebih beragam untuk mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif tentang niat usaha mikro dan kecil (UMK) terkait sertifikasi halal.

6. 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.v7i3.140>.
- Agung, I., & Santi, M. (2025). Sertifikasi halal dan tantangannya bagi UMKM kuliner. *EKSYPAR: Jurnal Ekonomi Syari'ah & Bisnis Islam*, 12(1), 166-177. <https://doi.org/10.54956/eksypar.v12i01.739>.
- Ajzen, I. (2020). The theory of planned behavior: Frequently asked questions. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 2(4), 314-324. <https://doi.org/10.1002/hbe2.195>.
- Alawiyah, I. L. (2023). Analisis komparatif terkait nilai-nilai etika bisnis dalam berbagai perspektif lintas agama di Indonesia. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 7(02), 76-88. <https://doi.org/10.26618/jhes.v7i02.10935>.
- Albra, W., Muchtar, D., Nurlela, N., Muliani, M., Safitri, R., & Nisa, F. Z. (2023). The role of halal awareness on the relationship between religiosity and halal purchase intention. *International Journal of Islamic Economics and Finance (IJIEF)*, 6(2), 312-336. <https://doi.org/10.18196/ijief.v6i2.16685>.
- Al-Haq, F., Ismail, N., & Al-Ayubi, S. (2024). Pengaruh pengetahuan, sikap, dan kepercayaan mahasiswa terhadap produk yang berlabel halal (Studi kasus makanan dan minuman). *I-ECONOMICS: A Research Journal on Islamic Economics*, 10(1), 68-78. <https://doi.org/10.19109/ieconomics.v10i1.22171>.

RESEARCH ARTICLE

- Ayu, S. S., Hasibuan, M., Marpaung, M. N. Z., Saragih, T. H. P., & Siti Aisyah, S. A. (2023). Analisis strategi theory of planned behavior dalam penerapan halal certification pada UMKM sektor makanan dan minuman halal di kawasan Medan. *JUEB: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(3), 25-32. <https://doi.org/10.57218/jueb.v2i3.719>.
- Azizah, N., Karyono, O., & Jumriani. (2025). Pengaruh religiusitas dan pengetahuan terhadap keputusan pelaku UMKM bidang olahan makanan dan minuman dalam mendaftarkan sertifikasi halal di Kota Watampone. *IKRAITH-EKONOMIKA*, 8(1), 554-566.
- Bakar, N. R. A., Shahwahid, F. M., & Eksan, S. H. R. (2018). Theory of planned behaviour and halal compliance. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 8(5). <https://doi.org/10.6007/IJARBS/v8-i5/4220>.
- Bangun, N., Natsir, K., Fenny, T. A., & Selvia. (2024). Edukasi sertifikasi halal produk UMKM untuk mendukung keberlanjutan dalam industri pangan. *Jurnal Serina Abdimas*, 2(3), 1342-1349. <https://doi.org/10.24912/jsa.v2i3.32341>.
- Bariato, M., Alhanief, M. D., Rizka, F., & Fathurrahman, B. (2025). Analisis tingkat pemahaman UMKM terhadap sertifikasi halal di Kota Pontianak. *Al-Fiqh*, 2(3), 193-203. <https://doi.org/10.59996/al-fiqh.v2i3.672>.
- Fatima, P., & Amir, F. (2023). Studi komparatif theory planned behavior antara yang sudah dan yang belum tersertifikasi halal di Sumenep. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(3), 1606-1624. <https://doi.org/10.47467/elmal.v5i3.5571>.
- Fatmawati, P., Setiawan, F., & Nasik, K. (2023). Analisis religiusitas, kesadaran halal, literasi halal, dan niat berperilaku dalam memprediksi pelaku UMKM melakukan sertifikasi halal di Kabupaten Bangkalan. *Maro; Jurnal Ekonomi Syariah Dan Bisnis*, 6. <https://doi.org/10.31949/maro.v6i1.3692>.
- Gemilang, A. R., Masnita, Y., & Kurniawati, K. (2024). Pendekatan teori motivasi dalam niat mengadopsi praktik halal pada kesadaran UMKM. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 10(2), 280-299. <https://doi.org/10.32528/jmbi.v10i2.1726>.
- Hadiyanto, R., Madjakusumah, D. G., Azis, S. F., F. F. M., & Ibadurrahman, Z. (2024). Jaminan produk halal bagi UMKM terhadap implementasi program sertifikat halal gratis di Jawa Barat. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(3), 3333-3341. <https://doi.org/10.29040/jjei.v10i3.12895>.
- Halim, A., & Faraby, M. E. (2025). Implementasi sertifikasi halal gratis (SEHATI) dengan skema self declare pada pelaku UMK di wilayah Mojokerto. *Perbanas Journal of Islamic Economics and Business*, 5(1), 15. <https://doi.org/10.56174/pjjeb.v5i1.288>.
- Handayati, P., Rochayatun, S., Meldona, Jalaludin, A., & Bidin, R. (2023). Determinant factors to intention of halal certification in Indonesia. *International Journal of Professional Business Review*, 8(7), e01437. <https://doi.org/10.26668/businessreview/2023.v8i7.1437>.
- Hartini, & Malahayatie. (2024). Implikasi sertifikat halal dalam manajemen bisnis industri makanan dan minuman. *Great: Jurnal Manajemen Dan Bisnis Islam*, 1. <https://doi.org/10.62108/great.v1i1.688>.
- Hidayat, M. T., & Witta, S. R. (2024). Halal certification and implications for MSMEs: A systematic literature review. *Journal of Business Management and Islamic Banking*, 3, 151-166. <https://doi.org/10.14421/jbmib.v3i1.2373>.

RESEARCH ARTICLE

- Islami, N. N. (2023). Halal certification: The role of religiosity and consumer pressure on MSMEs' intention to register halal certification in East Java. *El-Qish: Journal of Islamic Economics*, 3(1). <https://doi.org/10.33830/elqish.v3i1.4169.2023>.
- Istiarini, E. S., Qadariah, L., & Sarkawi, S. (2024). Analisis religiusitas dan kesadaran halal dalam meningkatkan literasi sertifikasi halal pada masyarakat Kecamatan Lenteng Kabupaten Sumenep. *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 4(1), 2255-2265. <https://doi.org/10.56799/ekoma.v4i1.5928>.
- Izzah, H. N., & Irfany, M. I. (2023). Factors influencing the MSMEs' decision to obtain halal certificate in Bogor district. *Halal Studies and Society*, 1(1), 31-33. <https://doi.org/10.29244/hass.1.1.31-33>.
- Jakiyudin, A. H., & Fedro, A. (2022). Sehati: Peluang dan tantangan pemberian sertifikasi halal gratis bagi pelaku UMK di Indonesia. *Al-Mustashfa: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah*, 7(2), 182. <https://doi.org/10.24235/jm.v7i2.10666>.
- Latif, A. N., Sobari, N., & Fatwa, N. (2025). Strategies to increase the intention to comply with halal certification among SMEs in Indonesia: A theory of planned behavior perspective. *International Conference on Strategic and Global Studies*, 126–144.
- Machali, I. (2021). *Metode penelitian kuantitatif* (A. Q. Habib, Ed.). Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Maharani, T., & Suma, N. N. (2023). Kesiapan pelaku usaha terhadap implementasi program sertifikasi halal gratis (SEHATI). *Psychospiritual: Journal of Trends in Islamic Psychological Research*, 2(1), 15-24. <https://doi.org/10.35719/psychospiritual.v2i1.13>.
- Maulana, D. F. (2025). Penerapan regulasi jaminan produk halal di Indonesia: Tinjauan kemaslahatan dalam negara kebhinnekaan. *IN RIGHT: Jurnal Agama Dan Hak Azazi Manusia*, 13(2), 325-351. <https://doi.org/10.14421/inright.v13i2.4055>.
- Maulida, T., & Nawawi, Z. M. (2024). Optimalisasi sertifikasi halal untuk UMKM: Solusi bagi pasar kamu Denai Lama dalam menjamin kehalalan produk. *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 4(1), 2668-2679. <https://doi.org/10.56799/ekoma.v4i1.6167>.
- Maura, M. S., Makhfiyyani, K., & Hidayatullah, M. S. (2025). Kesadaran hukum pelaku usaha/UMKM terhadap kewajiban produk bersertifikasi halal di Indonesia. *ISTISMAR*, 7(2), 16-25. <https://doi.org/10.32764/istismar.v7i2.5414>.
- Meirahmawati, V. N., Shodiqin, H. D., & Nur, S. K. (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*, 7, 16-24. <https://doi.org/10.32528/at.v7i1.2987>.
- Mutmainah, L. (2018). The role of religiosity, halal awareness, halal certification, and food ingredients on purchase intention of halal food. *Ihtifaz: Journal of Islamic Economics, Finance, and Banking*, 1(1), 33. <https://doi.org/10.12928/ijiefb.v1i1.284>.
- Nisa, R. L., Anggraini, A., Parasastia, S., Nurhasanah, L., & Yanti, L. R. (2025). Analisis pola konsumsi masyarakat Muslim urban berdasarkan prinsip ekonomi Islam. *Journal of Economics and Business*, 3(1), 105-113. <https://doi.org/10.61994/econis.v3i1.546>.

RESEARCH ARTICLE

- 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>.
- Nizar, N. M., Ratnasari, R. T., & Usman, I. (2024). Analisis dampak religiusitas, kesadaran halal, sertifikasi halal, dan komposisi pangan terhadap minat beli makanan halal. *JURNAL AGROINDUSTRI HALAL*, 10(3), 355-366. <https://doi.org/10.30997/jah.v10i3.8234>.
- Oemar, H., Prasetyaningsih, E., Bakar, S. Z. A., Djamaludin, D., & Septiani, A. (2023). Awareness and intention to register halal certification of micro and small-scale food enterprises. *F1000Research*, 11, 170. <https://doi.org/10.12688/f1000research.75968.3>.