

**PENDEKATAN *THEORY OF PLANNED BEHAVIOR* DALAM MELAKUKAN
SERTIFIKASI HALAL BAGI PELAKU UMKM SEKTOR HALAL FOOD DI
KABUPATEN BANGKALAN**

Amaliatus Sholihah¹⁾, Firman Setiawan²⁾

^{1,2)} Fakultas Keislaman Universitas Trunojoyo Madura

^{1,2)} amaliatussholihah123@gmail.com, firman.setiawan@trunojoyo.ac.id

ABSTRACT

The existence of Law Number 33 of 2014 which was passed on October 17, 2019 has changed the nature of halal certification which was originally voluntary for business actors to become mandatory. But in reality, until now in Indonesia there are still many MSME actors who have not implemented halal certification. In fact, this Halal certificate should be part of the responsibilities and duties of MSME players to ensure product safety through a system set up by the Halal Product Guarantee Agency (BPJPH). . Therefore, understanding what they think, what they do, as well as the perceived social influence, is very important to identify interest in a particular thing. Like the interest to do halal certification. This research is descriptive qualitative through phenomenological analysis. The process of collecting this data will be carried out using the interview method and observations made on MSMEs in Bangkalan Madura Regency. The results of this study indicate that there are three aspects contained in the Theory of Planned Behavior, namely attitudes, subjective norms, and perceptions of behavior control. able to influence MSME actors in carrying out halal certification. As long as someone always displays this behavior as a positive thing, then there is motivation so that there is hope to fulfill this request, as well as facilities that support someone in doing something, then with this MSME actors can carry out halal certification easily.

ABSTRAK

Adanya Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 yang disahkan pada 17 Oktober 2019 telah merubah sifat sertifikasi halal yang semula bersifat *voluntary* (sukarela) bagi pelaku usaha berubah menjadi *mandatory* (wajib). Namun kenyataannya, sampai saat ini di Indonesia masih banyak pelaku UMKM yang belum melaksanakan sertifikasi halal. Padahal, sertifikat Halal ini seharusnya menjadi bagian dari tanggung jawab dan tugas para pelaku UMKM untuk memastikan keamanan produk melalui sistem yang dibuat oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH). Berdasarkan permasalahan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pendapat pelaku UMKM dalam melakukan sertifikasi halal. Karena itu, memahami apa yang mereka pikirkan, mereka lakukan, serta pengaruh sosial yang dirasakan, menjadi suatu hal yang sangat penting untuk mengidentifikasi minat akan suatu hal tertentu. Seperti minat untuk melakukan sertifikasi halal. Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif melalui analisis fenomenologis. Proses pengumpulan data ini akan dilakukan dengan melakukan metode wawancara, dan observasi yang dilakukan pada UMKM yang ada di Kabupaten Bangkalan Madura. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya tiga aspek yang terdapat pada *Theory of Planned Behavior* yakni sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku, diketahui mampu untuk mempengaruhi para pelaku UMKM dalam melakukan sertifikasi halal. Selama seseorang itu selalu menampilkan perilaku tersebut sebagai suatu hal yang positif, kemudian adanya motivasi sehingga timbulah harapan untuk memenuhi permintaan tersebut, serta fasilitas yang mendukung seseorang dalam melakukan suatu hal, maka dengan ini para pelaku UMKM dapat melaksanakan sertifikasi halal dengan mudah.

Kata kunci : Sertifikasi halal; UMKM

1. Pendahuluan

Industri halal kini menjadi prioritas penting dalam strategi pembangunan ekonomi negara dan sudah menjadi bagian dari pembangunan negara, bukan hanya sebagai pelengkap. Malaysia baru-baru ini menduduki peringkat Global Islamic Economic Index (GIE), bersama dengan Arab Saudi, selama delapan tahun berturut-turut yang menempati peringkat ke-2, kemudian Uni Emirat Arab (UEA) berada di peringkat ke-3, dan Indonesia sebagai peringkat yang ke-4. (Febriyani dan Nawawi 2022). Berdasarkan data Global Islamic Economy Report 2016-2017, Indonesia masuk dalam jajaran 10 besar produsen industri halal dunia. Secara keseluruhan, total pengeluaran global di industri halal mencapai US\$2,97 triliun. Jumlah yang setara dengan US\$1,9 triliun atau Rp25.270 triliun berasal dari sektor pangan. Saat ini, Indonesia tidak masuk dalam 10 besar industri makanan Halal (Waharini dan Purwantini 2018).

Produk halal harus menjadi bagian integral dan tak terpisahkan dari perdagangan global dan praktik bisnis yang membutuhkan standar internasional dan standar kualitas untuk mendapatkan kepercayaan konsumen lintas batas. Hal ini memudahkan arus barang, jasa, modal dan informasi antar negara. Perdagangan internasional memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap perekonomian antara negara-negara tersebut, yang dapat menciptakan suasana yang menguntungkan yang mendukung perdagangan timbal balik dan membuat produksi dan pemasaran barang lebih efisien. Banyak ahli menyimpulkan bahwa manfaat perdagangan lintas batas lebih besar daripada manfaat kompetisi militer dan perluasan wilayah (Maal 2020).

Bagi umat Islam, kehalalan makanan menjadi perhatian yang mendesak. Makanan halal adalah makanan yang sesuai dengan ketentuan dan standar syariat Islam. Standar kehalalan meliputi halal pada hakikatnya, halal dalam cara memperolehnya, halal dalam penyimpanan, halal dalam pengangkutan dan halal dalam penyajiannya. Oleh karena itu, sertifikat Halal diperlukan untuk setiap produk yang ditampilkan untuk memastikan keamanan produk (Nukeriana, 2018).

Menurut Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014, secara resmi disahkan pada 17 Oktober 2019. Undang-undang tersebut menyatakan bahwa produk yang diimpor, dipindahkan, dan diperdagangkan di Indonesia harus bersertifikat halal. Ditegaskan dengan Keputusan Menteri Agama Nomor 20 Tahun 2021 dalam Pasal 2 Ayat 1, yang menyatakan bahwa produk yang diproduksi oleh usaha mikro dan menengah harus bersertifikat halal. Akibatnya, jenis sertifikasi halal yang semula bersifat sukarela bagi pengusaha berubah menjadi sertifikasi *mandatory* (wajib).

Dengan berlakunya undang-undang tersebut, pemerintah bermaksud untuk memberikan jaminan dan perlindungan terhadap keselamatan konsumen muslim melalui BPJH untuk mendapatkan informasi tentang status kehalalan produk. Sehingga menghilangkan keraguan konsumen untuk mengonsumsi produk tersebut. Selain itu, undang-undang tersebut menjelaskan bahwa mengingat tren global terhadap konsumsi produk halal baik di wilayah Islam maupun non-Islam, persyaratan sertifikasi dapat berdampak pada peningkatan nilai jual dan daya saing di pasar.

Kebutuhan Islam dalam segala hal yang berhubungan dengan produk Halal harus didukung dengan jaminan kehalalan. Namun kenyataannya berdasarkan informasi statistik yang diperoleh LP-POM MUI (sebagai Lembaga Sertifikasi Halal di Indonesia) selama 5 (lima) tahun (2012-2017) mengenai informasi sertifikasi halal produk dan dapat dilihat secara total 259.984 . Produk yang diproduksi oleh 6.055 perusahaan di seluruh Indonesia, hanya 7.764 produk yang memiliki sertifikasi Halal. Artinya lebih dari 97% (sembilan puluh tujuh persen) produk yang beredar di masyarakat belum menyelesaikan proses sertifikasi Halal. Jelas bahwa jumlah produk yang belum mendapatkan sertifikasi Halal masih sangat tinggi, termasuk undang-undang JPH yang diundangkan pada tahun 2014 (Adiwijaya, 2019). Ini tidak berarti bahwa itu haram, tetapi mungkin berarti bahwa produk tersebut belum diajukan untuk sertifikasi Halal. Hal ini membuktikan bahwa jumlah umat Islam yang banyak tidak menjamin produk yang beredar luas adalah produk yang dijamin halal.

Kabupaten Bangkalan merupakan salah satu Kabupaten di wilayah Madura yang berpenduduk muslim. Jumlah penduduk Bangkalan adalah 970.894 orang menurut

Badan Pusat Statistik. Hampir 98 persen beragama Islam (Qomaro, tt). Bangkalan juga merupakan salah satu kabupaten administratif di Madura, rumah bagi ribuan UKM penghasil makanan dan minuman (Haliza 2021). Padahal, meski dikenal mayoritas penduduk muslim dan memiliki ribuan UMKM di bidang makanan dan minuman, masih banyak UMKM yang belum menyelesaikan sertifikasi Halal. Ada beberapa alasan mengapa UKM enggan mengajukan sertifikasi Halal, antara lain anggapan bahwa memperoleh sertifikasi Halal hanya membuang-buang waktu, uang dan tenaga, dan mereka juga beranggapan bahwa mengajukan sertifikasi Halal memerlukan proses yang agak lama dan ada yang menjaga produknya. . dijual tanpa sertifikat Halal, ada juga yang produknya masih belum memerlukan sertifikat Halal karena penjualannya masih lokal (Mushof 2014). Padahal, sertifikat Halal ini seharusnya menjadi bagian dari tanggung jawab dan tugas para pelaku UMKM untuk memastikan keamanan produk melalui sistem yang dibuat oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH).

Dilihat dari sikap para pelaku UMKM, baik merespons dengan baik atau tidak, menerima atau menolak adanya regulasi yang mewajibkan sertifikasi halal, ini merupakan wujud dari perilaku konsumen. Teori perilaku konsumen menjelaskan proses tindakan konsumen dipengaruhi oleh sesuatu untuk mencapai keluaran tertentu (Sulistiyarini, 2012). Ketika seseorang menilai bahwa sesuatu itu berguna, itu membangkitkan minat, yang pada gilirannya menciptakan kepuasan. Ketika kepuasan menurun, demikian juga minat, maka minat tidak konstan tetapi cepat berlalu atau berubah (Leonel da Cruz, et al, 2015).

Oleh karena itu, berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas dengan melihat berbagai permasalahan yang ada, pada para pelaku UMKM untuk melakukan sertifikasi halal peneliti tertarik untuk mengkaji dan melakukan penelitian dengan judul **“Perilaku Pelaku UMKM Sektor Halal Food dalam Melakukan Sertifikasi Halal Produkdi Kabupaten Bangkalan (Analisis Pendekatan Theory of Planned Behavior)**

2. Tinjauan Pustaka

2.1 Usaha Mikro Kecil Menengah

Sesuai Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha

Kecil Menengah (UMKM), UMKM mempunyai ciri-ciri sebagai berikut:

1. Perorangan atau badan usaha perseorangan yang memenuhi kriteria sebagai berikut berhasil menjalankan usaha mikro:
 - a. Sebuah. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah), tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
 - b. Memiliki hasil penjualan tahunan tidak lebih dari Rp300.000.000 (300.000.000 rupiah)
2. Usaha kecil adalah usaha mandiri produktif yang dilakukan oleh orang perseorangan atau perusahaan yang bukan merupakan afiliasi atau anak perusahaan dari perusahaan yang baik langsung maupun tidak langsung dimiliki atau dikuasai oleh perusahaan menengah atau besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagai berikut:
 - a. Kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) dan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan untuk keperluan usaha atau
 - b. Omset tahunan lebih dari Rp 300.000.000 (Rp tiga ratus juta) dan tidak lebih dari Rp 2.500.000.000 (Rp dua miliar lima ratus juta).
3. Usaha menengah adalah usaha keuangan produktif yang dilakukan sendiri oleh orang perseorangan atau korporasi yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang korporasi yang dimiliki baik langsung maupun tidak langsung oleh usaha kecil atau korporasi besar yang mempunyai jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan yang dikuasainya atau menjadi bagian dari . mereka dengan kriteria sebagai berikut:
 - a. Kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan Rp10.000.000.000,00 (sepuluh miliar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan komersial atau
 - b. Omzet tahunan di atas 2.500.000.000 rupiah (dua miliar lima ratus juta rupiah) dan tidak lebih dari 500.000.000 rupiah (lima puluh miliar rupiah)

Dasar kegiatan UMKM terdapat dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Bab 2 Dasar dan Tujuan 2. Adapun alasannya dijelaskan sebagai berikut:

- a. Keluarga merupakan asas di balik pencarian penguatan usaha mikro, kecil, dan menengah sebagai bagian dari perekonomian nasional, yang dilakukan atas dasar demokrasi ekonomi dengan prinsip keterpaduan, efisiensi dan pemerataan, keberlanjutan, berwawasan lingkungan, kemandirian, keseimbangan, kemajuan, dan kesatuan ekonomi nasional untuk kemaslahatan seluruh rakyat.
- b. Demokrasi ekonomi adalah pemberdayaan usaha mikro, kecil, dan menengah yang diselenggarakan sebagai unit pembangunan ekonomi nasional dalam rangka mewujudkan kesejahteraan rakyat.
- c. Kebersamaan merupakan prinsip yang mendorong peran bersama seluruh usaha mikro, kecil dan menengah serta dunia usaha dalam operasionalnya untuk mencapai kesejahteraan manusia.
- d. Kinerja yang adil adalah prinsip yang didasarkan pada pemberdayaan usaha mikro, kecil dan menengah dengan mengutamakan kinerja yang adil untuk menciptakan lingkungan bisnis yang adil, menguntungkan dan kompetitif.
- e. Pembangunan berkelanjutan adalah prinsip yang secara sistematis bertujuan untuk mendorong proses pembangunan melalui penguatan usaha mikro, kecil, dan menengah secara terus menerus untuk membentuk perekonomian yang tangguh dan mandiri.
- f. Berwawasan lingkungan adalah asas pemberdayaan usaha mikro, kecil, dan menengah, yang dilakukan dengan mempertimbangkan dan mengutamakan perlindungan dan pelestarian lingkungan hidup.
- g. Kemandirian adalah asas pemberdayaan usaha mikro, kecil, dan menengah, yang dilakukan dengan menghargai dan mengutamakan peluang, keterampilan, dan kemandirian usaha mikro, kecil, dan menengah.
- h. Keseimbangan kemajuan adalah prinsip penguatan usaha mikro, kecil dan

menengah, yang bertujuan untuk menjaga keseimbangan pembangunan ekonomi daerah dalam unit ekonomi nasional.

- i. Kesatuan ekonomi nasional adalah asas penguatan usaha mikro, kecil, dan menengah, yang merupakan bagian dari pembangunan kesatuan ekonomi nasional.

Pada tahun 2008, tujuan usaha mikro tertuang dalam Undang-Undang Nomor 20 tentang Usaha Mikro dan PME, yaitu H. mengembangkan dan mengembangkan usahanya sebagai bagian dari pembangunan ekonomi berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan.

2.2 Sertifikasi Halal

Sertifikasi halal adalah proses sertifikasi produk atau layanan sesuai dengan ketentuan hukum Syariah Islam. Sertifikasi halal pertama kali diperkenalkan di Amerika Serikat pada 1960-an untuk menjamin Muslim yang tinggal di negara non-Muslim dapat memenuhi kebutuhan mereka sesuai dengan ketentuan agama mereka. Halal adalah persyaratan wajib untuk semua produk dan layanan yang digunakan oleh umat Islam dan saat ini dianggap sebagai standar kualitas produk. Standar mutu kehalalan berlaku untuk proses penyediaan dan produksi makanan, kosmetika, farmasi dan alat kesehatan, serta pelayanan yang terkait dengan produk halal tersebut. (Noordin 2014). Menurut (Mela, 2019) Sertifikasi Halal (*Halal Certification*) adalah pembahasan yang bersumber dari prinsip dan tata cara agama Islam yang harus dapat membuktikan bahwa suatu produk aman, baik dan dapat digunakan oleh umat Islam sesuai dengan hukum Syariah. Dengan sertifikat Halal ini, maka dapat menjamin keamanan produk untuk dikonsumsi umat Islam. Al-Quran Al-Baqarah ayat 168 menyatakan prinsip dasar sertifikasi halal adalah halal (dibolehkan) dan thoyyiban (bermanfaat).

يَأْتِيهَا النَّاسُ كُلُّوَا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ Artinya: 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.

Pada dasarnya kebermanfaatannya sertifikat Halal MUI memiliki beberapa faktor

penekan selain kepentingan konsumen, pengusaha dan negara itu sendiri, dalam hal ini pemerintah daerah dan MUI itu sendiri. Selain itu, sertifikasi halal masuk akal untuk menghilangkan keraguan konsumen tentang kualitas halal makanan. Di Jatinangor, keraguan konsumen terhadap kehalalan makanan terungkap. Misalnya, masalah penggunaan ayam yang lelah (mati kemarin) cepat menyebar di kalangan konsumen, dan efeknya sangat merugikan produsen, karena mengurangi atau bahkan mematikan penjualan. (Agustina dkk., 2019).

2.3 Theory of Planned Behavior

Menurut (Ajzen, 1991), teori perilaku terencana adalah teori tindakan rasional yang diperluas dengan menambahkan kontrol perilaku yang diamati. Dalam teori perilaku terencana, seseorang hanya dapat bertindak ketika mereka mengendalikan perilakunya karena didasarkan pada suatu tujuan atau niat. (Ajzen, 1991). Ajzen menambahkan *Perceived Behavior Control* (PBC) sebagai konstruk yang tidak ada di TRA. Teori perilaku terencana menunjukkan bahwa tindakan manusia dipandu oleh tiga faktor, yaitu keyakinan tentang hasil perilaku dan evaluasi hasil perilaku (*behavioral belief*), keyakinan tentang harapan normatif orang lain, motivasi untuk memuaskan adanya harapan tersebut (*normative belief*). keyakinan tentang adanya faktor-faktor yang memfasilitasi atau menghambat perilaku dan persepsi kekuatan faktor-faktor tersebut (*locus of control*). (Hawa'im, 2010). (Ajzen, 1991) Teori perilaku terencana menjelaskan bahwa sikap terhadap perilaku merupakan hal penting yang dapat memprediksi tindakan, meskipun perlu untuk mempertimbangkan sikap seseorang ketika menguji standar subjektif dan kontrol perilaku yang dirasakan seseorang harus diukur. Ketika ada sikap positif, dukungan dari orang-orang dan citra kelegaan karena tidak ada hambatan untuk berperilaku, niat untuk berperilaku lebih tinggi. Dalam teori perilaku terencana terdapat 3 variabel bebas, yang pertama adalah sikap terhadap perilaku, dimana seseorang mengevaluasi sesuatu yang positif dan negatif. Yang kedua adalah faktor sosial yang disebut norma subjektif, yang terkait dengan tekanan sosial yang dirasakan. Ketiga, behavioral control, yaitu persepsi seseorang tentang mudah atau sulitnya melakukan perilaku

tertentu, yang berkaitan dengan keyakinan yang dimiliki seseorang tentang perilaku tersebut.

1. Sikap

Sikap adalah penilaian, perasaan, dan disposisi yang konsisten yang disukai atau tidak disukai seseorang tentang objek atau ide (Kotler dan Armstrong, 2007). Beberapa ahli manajemen pesanan mendefinisikan sikap sebagai perasaan konsumen (positif dan negatif) tentang suatu barang setelah mengevaluasi barang tersebut. Semakin banyak item yang dinilai, semakin banyak sikap yang terbentuk. Sikap memiliki fungsi ganda, yaitu fungsi adaptif, pertahanan ego, ekspresi nilai dan pengetahuan (Oentoro 2010). Sikap konsumen merupakan respon yang diberikan oleh pesan iklan dan dirasakan oleh konsumen. Implikasinya adalah bahwa sikap adalah kecenderungan untuk merespon secara positif atau negatif terhadap sesuatu. Menurut (Darmiyati 1995) sikap memiliki tiga komponen, yaitu:

1. Kognitif (kepercayaan). Komponen kognitif terdiri dari kepercayaan konsumen terhadap barang tersebut.
2. Afektif (perasaan). Komponen afektif adalah perasaan atau respon emosional terhadap suatu objek
3. Perilaku (daya tanggap). Komponen behavioral adalah kecenderungan untuk merespon suatu objek atau aktivitas dengan perilaku tertentu.

Selanjutnya (Darmiyati 1995) sikap sosial dibentuk melalui interaksi sosial. Dalam interaksi sosial ini, individu membentuk sikap tertentu terhadap objek psikologis yang dihadapinya. Beberapa faktor yang mempengaruhi pembentukan sikap, antara lain.

1. Pengalaman pribadi, pengalaman pribadi biasanya meninggalkan kesan yang kuat, baik sikap positif maupun negatif.
2. Budaya, Budaya merupakan pengaruh yang sangat penting terhadap sikap manusia. Jika kita hidup atau hidup di lingkungan yang budayanya mendukung nilai-nilai agama, maka sikap positif terhadap nilai-nilai agama kemungkinan akan mengakar dan terbentuk dalam diri kita begitu juga sebaliknya.
3. Orang penting lainnya biasanya

memiliki sikap yang konsisten dengan sikap orang yang dianggap penting.

4. Media massa, segala macam informasi yang ditransmisikan melalui media sosial, seperti televisi, radio dan semua media sosial melalui telepon genggam, memberikan landasan kognitif yang cukup untuk membentuk sikap.
5. Lembaga pendidikan atau lembaga keagamaan, lembaga pendidikan dan lembaga keagamaan bekerja untuk menanamkan konsep kematian pada manusia.
6. Faktor emosional pada individu.

2. Norma Subyektif

Norma subjektif yang diturunkan dari teori tindakan beralasan (*the theory of reasoned action*) mengemukakan bahwa niat perilaku merupakan fungsi dari sikap dan standar subjektif yang terkait dengan perilaku. Artinya niat perilaku seseorang (*behavioral intention*) diprediksi oleh sikap mereka terhadap perilaku (*attitude* atau sikap keseluruhan terhadap perilaku) dan bagaimana mereka percaya orang lain akan menilai mereka ketika mereka berperilaku disebut norma subjektif. Sikap seseorang yang dikombinasikan dengan norma subjektifnya membentuk niat/niat perilakunya. (Jogiyanto 2007).

Norma subjektif adalah persepsi atau pandangan seseorang terhadap keyakinan orang lain yang mempengaruhi niat/minat untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku yang dipertimbangkan (Jogiyanto 2007). Implikasinya adalah norma subjektif adalah kecenderungan terhadap keyakinan lingkungan yang terkait dengan perilaku tertentu individu. Komponen norma subjektif biasanya memiliki dua komponen berikut (Ijek Ajzen, 1991).

1. *Normative beliefs* (Keyakinan Normal) yaitu. kepercayaan pada harapan orang lain tentang diri sendiri, yang merupakan atau bukan acuan untuk menciptakan perilaku. Keyakinan tentang kepribadian, orang terkenal atau pendapat orang lain yang penting dan berpengaruh bagi diri sendiri atau tokoh panutan.
2. *Motivation to comply* (Motivasi untuk memenuhi) yaitu. motivasi individu

memenuhi harapan tersebut. Norma subjektif dapat dilihat sebagai dinamika antara impuls yang dialami individu dari orang-orang di sekitarnya dan motivasi untuk mengikuti pendapatnya (*motivation to follow*) untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku.

3. Kontrol Perilaku

Menurut (Kurjono dan Setiawan 2020), kontrol perilaku kognitif adalah ukuran keyakinan seseorang terhadap kesederhanaan atau kompleksitas melakukan suatu tindakan, sedangkan menurut (Wirawan, Mildawati dan Suryono 2022), kontrol perilaku juga dapat dipahami sebagai pengetahuan. tentang seberapa sederhana atau kompleksnya melakukan suatu tindakan berdasarkan pengalaman sebelumnya dan hambatan yang mungkin ditemukan seseorang dalam melakukan suatu tindakan. Menurut (Mahyarni 2013), sikap dan norma subjektif seseorang yang berpihak pada tindakan tertentu akan bergantung pada dukungan *perceived behavioral control* yang dimilikinya. Ada dua faktor yang menentukan persepsi tentang kontrol perilaku, yaitu keyakinan akan kemampuan untuk mengontrol dan persepsi tentang kekuasaan. Kontrol perilaku dibentuk oleh:

1. *Controlling belief*, yaitu keyakinan seseorang tentang ada tidaknya faktor pendukung atau penghambat yang dapat membangkitkan suatu perilaku. Kepercayaan dapat diperoleh dari informasi yang dimiliki individu tentang suatu perilaku yang diperoleh dengan mengamati pengetahuan yang dimilikinya dan orang lain yang diketahui individu tersebut, serta banyak faktor lain yang dapat menambah atau mengurangi perasaan kesulitan individu dalam melakukan suatu perilaku.
2. *Perceived power*, yang mengacu pada persepsi seseorang tentang apakah mereka dapat mengadopsi suatu perilaku dengan mempertimbangkan kesulitan, risiko, dan tantangan yang menyertainya.

Menurut (Ajzen 1991) ada empat hal yang berkaitan dengan perilaku manusia yakni :

1. Hubungan langsung antara perilaku dan niat (niat). Dengan kata lain, itu adalah faktor yang paling dekat untuk memprediksi terjadinya suatu perilaku yang akan ditampilkan oleh seseorang.
2. Intensi (niat) dipengaruhi oleh tiga faktor, yaitu sikap terhadap perilaku seseorang (attitude), norma subjektif (subjective norm) dan perilaku pengontrolan yang dirasakan.
3. Masing-masing faktor yang mempengaruhi niat di atas (sikap, norma subjektif dan PBC) dipengaruhi oleh variabel lain yaitu keyakinan. Sikap dipengaruhi oleh keyakinan perilaku, norma subjektif dipengaruhi oleh keyakinan normatif, dan PBC dipengaruhi oleh keyakinan kontrol yang mereka sebut keyakinan kontrol.
4. PBC merupakan ciri dari teori ini, terdapat garis langsung yang menghubungkan perilaku dengan PBC yang ditandai dengan garis putus-putus sebagai garis penghubung, selain itu terdapat cara tidak langsung menghubungkan perilaku dengan PBC melalui mediasi niat (niat).

3. Metodologi

3.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Deskripsi kualitatif (QD) berfokus pada menjawab pertanyaan penelitian tentang siapa, apa, di mana, dan bagaimana suatu peristiwa atau pengalaman terjadi hingga akhirnya dipelajari secara mendalam untuk menemukan pola yang muncul dalam peristiwa itu. Secara ringkas dapat dijelaskan bahwa Qualitative Description (QD) adalah pendekatan kualitatif sederhana untuk penelitian dengan garis induktif. Aliran induktif ini berarti penelitian deskriptif kualitatif (QD) dimulai dengan proses atau peristiwa yang bersifat menjelaskan yang pada akhirnya dapat ditarik dari generalisasi sebagai kesimpulan dari proses atau peristiwa tersebut (Jayusman dan Shavab 2020). Jenis penelitian ini sering digunakan dalam fenomena sosial.

3.2 Teknik Pengumpulan Data

Dalam suatu penelitian, proses pengumpulan data merupakan hal yang penting

karena pengumpulan data akan menentukan berhasil tidaknya suatu penelitian. Oleh karena itu, diperlukan ketelitian dan ketelitian. Dalam penelitian ini, data dikumpulkan dengan beberapa cara, antara lain:

1. Wawancara: adalah teknik pengumpulan data dengan cara mengajukan pertanyaan kepada pewawancara secara langsung kepada responden, dan tanggapan responden dicatat atau direkam.
2. Observasi: Observasi adalah teknik pengumpulan data yang digunakan untuk mengamati secara langsung objek (objek) penelitian dan merekam peristiwa dan perilaku secara alami, orisinal, non-buatan, dan spontan di lapangan dalam jangka waktu tertentu untuk memperoleh informasi yang akurat serta data yang detail dan akurat.

3.3 Teknik Penentuan Informan

Kriteria pemilihan informan dalam melakukan penelitian ini, peneliti menggunakan teknik PURPOSIVE SAMPLING, yaitu cara penentuan informan yang ditetapkan dengan sengaja atas dasar kriteria atau pertimbangan tertentu. Informan yang akan digunakan adalah sebanyak 12 informan. Pemilihan informan yang akan di jadikan sebagai narasumber akan di pilih sesuai dengan kriteria sebagai berikut:

1. Beragama Islam
2. Masyarakat Kabupaten Bangkalan Madura
3. Masyarakat yang paham tentang produk yang berlabel halal (misalkan mahasiswa atau masyarakat lainnya)
4. Mampu menjawab pertanyaan yang disampaikan
5. Mampu berbicara dengan baik

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Jawa Timur merupakan provinsi terbesar dari enam provinsi di pulau Jawa, dengan jumlah penduduk hampir ratusan hingga jutaan orang. Salah satu pulau di Jawa Timur adalah Pulau Madura. Secara geografis pulau madura merupakan pulau yang sangat dekat dengan ibu kota jawa timur yaitu surabaya, bahkan pulau madura ini merupakan salah satu kabupaten di provinsi Jawa Timur. Namun karena letaknya yang terpencil dari kota Surabaya, hal ini menyebabkan kabupaten Madura sering disebut

atau disebut sebagai Pulau Madura.

Madura merupakan pulau unik yang masih kaya akan budaya dan adat istiadat. Pulau Madura memiliki 4 kabupaten, tersusun dari kabupaten yang berbatasan dengan ibu kota Jawa Timur yaitu Kabupaten Bangkalan, Kabupaten Sampang, Kabupaten Pamekasan dan terakhir Kabupaten Sumenep. Berdasarkan data statistik yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik tahun 2018, jumlah penduduk Pulau Madura secara keseluruhan meliputi 4 kabupaten yang berjumlah ±3.842.629 dan salah satu kabupaten terpadat adalah kabupaten Bangkalan. Seperti yang dicatat oleh Badan Pusat Statistik, jumlah penduduk Kabupaten Bangkalan adalah ±970.894 jiwa dan hampir semuanya beragama Islam. (Rofik dan Anwar 2019).

Berdasarkan data potensi industri Kabupaten Bangkalan tahun 2018 yang diperoleh dari Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Jawa Timur, data yang diperoleh menunjukkan bahwa tidak kurang dari 166.768 usaha kecil dan menengah yang berada di Bangkalan dengan tenaga kerja ± 210.0003 orang (Qomaro, t.t.). Dapat dikatakan bahwa UMKM di Kabupaten Bangkalan memiliki prospek yang sangat baik dibuktikan dengan model pertumbuhan UMKM di Kabupaten Bangkalan. Apalagi Kabupaten Bangkalan seperti daerah yang memiliki keunggulan dalam hal barang. Keunggulan produk tersebut berasal dari karakteristik sumber daya serta diferensiasi dari berbagai aspek, termasuk konsistensi produk premium dengan standarisasi produk masing-masing UKM di Bangkalan. Beberapa produk yang menurut bupati para pelaku UMKM di Bangkalan dijadikan sebagai carrier berasal dari sektor makanan dan minuman, dimana produk tersebut merupakan produk utama yang dibutuhkan masyarakat untuk kebutuhan sehari-hari. Dengan demikian, karena makanan dan minuman otomatis diperlukan dalam kehidupan sehari-hari, produk makanan dan minuman UMKM sangat berguna bagi ekonomi arus utama, terutama karena produk UMKM adalah produk kelas atas.

4.2 Pelaksanaan Sertifikasi Halal Produk Makanan dan Minuman UMKM Kabupaten Bangkalan dengan Pendekatan *Theory of Planned Behavior*

Hasil wawancara lapangan, sebelumnya menjelaskan gambaran umum sertifikasi halal.

Sertifikasi halal diperlukan untuk semua produk dan layanan yang dikonsumsi oleh umat Islam dan sekarang dianggap sebagai standar kualitas produk. Sertifikasi halal sudah memiliki kerangka regulasi yang cukup jelas, dengan ratifikasi legal No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. Dalam kehidupan sehari-hari, bahkan di masyarakat, kejelasan tentang konsumsi halal tidak hanya penting bagi keluarga Muslim, tetapi sertifikasi halal juga penting bagi para pengusaha, terutama bagi para pelaku usaha di industri makanan dan minuman yang kemudian disiarkan ke seluruh Indonesia. Saat ini banyak sekali produk dan jasa yang beredar di Indonesia, salah satunya di Kabupaten Bangkalan, Madura. Bangkalan merupakan salah satu kabupaten di Madura yang memiliki ribuan UMKM makanan dan minuman. Namun faktanya, selama ini masih banyak pelaku UMKM yang belum melakukan sertifikasi halal. Hal ini dapat disebabkan oleh beberapa faktor yang mempengaruhi niat pelaku UMKM untuk mensertifikasi sesuatu. Sebagaimana dijelaskan dalam *The Theory of Planned Behavior* yang menyatakan bahwa sikap terhadap perilaku merupakan faktor penting yang dapat memprediksi suatu tindakan, namun sikap seseorang perlu dipertimbangkan untuk mengkaji norma subjektif dan ukuran yang mengontrol perilaku persepsi orang tersebut. Jika ada sikap positif, dukungan orang-orang di sekitar, dan persepsi yang nyaman karena tidak ada hambatan untuk berperilaku, maka niat untuk berperilaku akan semakin tinggi. Teori perilaku terencana memiliki tiga variabel bebas. Yang kedua adalah faktor sosial yang disebut norma subjektif, yang mengacu pada tekanan sosial yang dirasakan. Ketiga, behavioral control, yaitu persepsi individu tentang seberapa mudah atau sulitnya mengadopsi perilaku tertentu yang mengacu pada keyakinan yang dimiliki seseorang dalam melakukan suatu perilaku.

Sikap terhadap sertifikasi halal

Sikap adalah hasil dari keyakinan perilaku atau keyakinan tentang kemungkinan konsekuensi dari beberapa perilaku. Keyakinan ini dapat memperkuat sikap terhadap suatu perilaku jika, berdasarkan penilaian yang dilakukan oleh individu, data yang diperoleh menunjukkan bahwa perilaku tersebut dapat bermanfaat bagi mereka. Semakin kuat sikap, semakin kuat niat, maka akan terwujud dalam

perilaku yang menentukan tindakan. Sikap seseorang merupakan hasil dari suatu proses psikologis, sehingga sikap tidak dapat diamati secara langsung tetapi harus disimpulkan dari apa yang telah dikatakan atau dilakukan. Secara teoritis sikap atau kecenderungan seseorang untuk bereaksi terhadap sesuatu dibagi menjadi 3 komponen, yaitu:

1. Komponen kognitif:
Sikap mencakup evaluasi seseorang terhadap suatu objek atau subjek
2. Komponen afektif:
Sikap ini merupakan korespondensi antara perasaan atau emosinya dengan penilaian atau pemikirannya tentang suatu objek dan subjek.
3. Komponen tendensi tindakan:
suatu sikap yang ada dalam diri seseorang yang mendorongnya untuk melakukan sesuatu sesuai dengan keinginan dan keyakinannya.

Berdasarkan hasil pengamatan yang sudah dilakukan terhadap beberapa pelaku UMKM untuk mendapat informasi yang relevan maka pengamatan ini dilakukan pada UMKM yang sudah bersertifikasi halal dan yang belum bersertifikasi halal. Dalam hal ini dapat diketahui bahwa sikap dari para pelaku UMKM sangatlah mempengaruhi tindakan yang akan dilakukan oleh para pelaku UMKM

Beberapa informan, para pelaku UMKM yang belum mengajukan sertifikasi halal mengatakan bahwa adanya sertifikasi halal tidak terlalu berdampak terhadap penjualan mereka, karena untuk sekarang penjualan mereka masih beredar di lokal saja, yang pada umumnya tidak terlalu memperhatikan tentang sertifikasi halal dan mereka percaya apa yang mereka konsumsi adalah dibuat dari bahan-bahan yang bersifat halal. Sehingga dari sini peneliti melihat bahwa mereka beranggapan adanya sertifikasi halal tidak terlalu menguntungkan dan tidak merugikan bagi mereka, apalagi dilihat dari segi omset penjualan. Berbeda dengan para pelaku UMKM yang sudah bersertifikasi halal, mereka berpendapat bahwa adanya sertifikasi halal pada produk sangatlah berdampak positif terhadap penjualan produk mereka. Dengan adanya sertifikasi halal mereka telah mengantongi keamanan untuk mengkonsumsi produk mereka, sehingga mampu membuat mereka percaya diri untuk mengedarkan produk mereka ke berbagai kota bahkan hingga

pulau. Hal ini tentunya sangat menguntungkan bagi para pelaku UMKM yang sudah bersertifikasi halal karena produk mereka mampu untuk dipasarkan dimanapun tanpa adanya rasa khawatir terhadap keamanan produk sehingga dengan bertambahnya perluasan pemasaran maka bertambah pula keuntungan yang mereka dapatkan, baik dari segi penjualan, kepercayaan bahkan omset penjualan.

Dilihat dari hal tersebut, dapat dikatakan bahwa keputusan seseorang untuk bertindak dapat didasarkan pada sikap seseorang yang diekspresikan terhadap sesuatu.

Norma subjektif terhadap Sertifikasi Halal

Dalam perilakunya, seseorang tidak terlepas dari pengambilan keputusan. Keputusan orang dibuat berdasarkan penilaian mereka sendiri serta pertimbangan orang lain atau kelompok orang, yang dapat sangat mempengaruhi tindakan atau keputusan individu. Norma subjektif merupakan produk dari persepsi individu terhadap keyakinan orang lain, yaitu keyakinan individu tentang mematuhi instruksi atau sugesti dari orang-orang disekitarnya untuk melakukan aktivitas gerak. Ada dua aspek utama dari kriteria subjektif, yaitu:

1. Percaya pada sebuah harapan
2. Harapan norma refrensi

Percaya pada sebuah harapan dan harapan norma refrensi adalah pendapat seseorang atau pihak lain yang dianggap berpengaruh oleh individu yang memotivasi dan menyarankan individu tersebut untuk menerima atau tidak bertindak atas pendapat atau saran dari pihak lain yang dianggap penting sehingga individu tersebut harus atau seharusnya tidak berperilaku atau melakukannya.

Jika orang lain yang relevan memandang bahwa menampilkan perilaku tersebut sebagai sesuatu yang positif dan orang tersebut termotivasi untuk memenuhi harapan orang lain yang terkena dampak, ini disebut norma subjektif positif. Jika orang lain melihat perilaku yang akan ditampilkan sebagai sesuatu yang negatif dan orang tersebut ingin memenuhi harapan orang lain, ini disebut norma subjektif negatif. (Zakarija,2010).

Dalam hal ini yang menjadi pengaruh utama norma subyektif bagi para pelaku UMKM

yakni rekan bisnis dan kosumen. Rekan bisnis dan konsumen mempunyai daya pengaruh yang sangat tinggi dan besar kemungkinan segala bentuk arahan yang diberikan oleh mereka akan dapat dipenuhi oleh para pelaku UMKM, karena mereka adalah sebagai reseller dan konsumen yang tentunya juga membutuhkan adanya jaminan keamanan pada produk yang mereka edarkan dan konsumsi. Menurut informan baik dari pelaku UMKM yang sudah bersertifikasi halal maupun belum bersertifikasi halal, selama ini memang mereka belum pernah menemui rekan bisnis atau konsumen yang menyuruhnya untuk melaksanakan sertifikasi halal. Namun, jikalau memang ada permintaan yang seperti itu atau bisa diartikan sebagai permintaan untuk melaksanakan sertifikasi halal, maka para pelaku UMKM tersebut akan berniat dan dengan senang hati akan melakukan hal tersebut, asalkan tidak ada kendala dalam pelaksanaan atau mempersiapkan selama proses sertifikasi halal baik dari segi financial, administrasi dan yang lainnya. Para pelaku UMKM juga menjelaskan bahwa, selagi permintaan itu untuk menjamin kualitas produk dan menambah kepercayaan konsumen maka mereka akan mengusahakan semaksimal mungkin untuk memenuhi permintaan konsumen dengan catatan permintaannya masih dalam batas yang masih bisa dijangkau dan dicapai oleh produsen dengan atas dasar pertimbangan-pertimbangan yang telah dibuat. Dengan ini mereka menunjukkan bahwa norma subyektif harus diakui sebagai indikator penting bagi seseorang untuk mengambil sebuah keputusan.

Persepsi Kontrol Prilaku terhadap Sertifikasi Halal

Persepsi kontrol perilaku adalah persepsi individu tentang seberapa mudah atau sulitnya untuk melakukan perilaku tertentu. Kontrol perilaku kognitif, yang biasa dikenal dengan kontrol perilaku, adalah fasilitas yang mendukung atau menghambat kinerja suatu perilaku, juga dapat dikaitkan dengan kemampuan individu untuk mengontrol perilaku. Persepsi kontrol perilaku adalah ukuran seberapa mudah atau sulitnya seseorang melakukan perilaku tertentu.

Pada saat pengamatan berlangsung ternyata ada beberapa faktor yang mengakibatkan terkendalanya para pelaku UMKM dalam melakukan sertifikasi halal. Bagi para pelaku

UMKM yang belum mengajukan sertifikasi halal, selain kendala dalam hal financial kurangnya informasi dan relasi juga membuat mereka kurang mengetahui akan berita-berita terbaru yang ada. Seperti halnya program pemerintah yang saat ini memberikan program gratis bagi para pelaku UMKM yang ingin mengajukan sertifikasi halal. Berita tersebut belum sampai kepada para pelaku UMKM yang belum mengajukan sertifikasi halal. Mereka beranggapan bahwasanya untuk pengajuan sertifikasi halal sampai saat ini masih dipungut biaya yang cukup mahal jika harus dibayarkan oleh para pelaku usaha mikro. Sedangkan pendapatan yang peroleh hanya mampu untuk diputar dalam kehidupan sehari-hari mereka. Selain itu, untuk memenuhi persyaratan yang dibuat oleh BPJPH (Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal), para pelaku UMKM juga masih merasa kesulitan karena terlalu banyaknya persyaratan yang harus dilengkapi. Seperti halnya harus dipisahkannya rumah produksi dan rumah pribadi, hal tersebut tentunya akan menjadi kendala yang cukup berat bagi para pelaku usaha mikro yang pendapatannya masih dibawah rata-rata karena memerlukan uang lebih untuk bisa membangun rumah produksi tersebut.

Sedangkan bagi para pelaku UMKM yang sudah melakukan sertifikasi halal adanya kondisi financial yang mencukupi dan banyaknya relasi yang mereka jalin, sangatlah memudahkan dan menguntungkan bagi mereka. Dari adanya relasi mereka akan mengetahui tentang perkembangan-perkembangan berita yang terbaru dan dari sini mereka akan diarahkan dengan baik terkait bagaimana proses pengajuan sertifikasi halal. Selain itu dengan adanya faktor pendukung lainnya sangat memudahkan kondisi dan situasi mereka untuk melakukan proses pengajuan sertifikasi halal. Hal ini menunjukkan bahwa kondisi dan situasi seseorang, baik dari segi relasi, financial dan lainnya, mampu menunjukkan mudah dan sulitnya seseorang dalam mewujudkan suatu hal atau perilaku tertentu.

5. Penutup

5.1 Kesimpulan

Bangkalan yang telah dikenal dengan penduduk mayoritas muslim dan dengan ribuan pelaku UMKM nyatanya tidak menjamin produk yang diedarkan oleh pelaku UMKM

telah tersertifikasi halal. Bukan berarti haram, namun kemungkinan bahwa produk tersebut belum diajukan sertifikasi halalnya. Berdasarkan hasil penelitian hal tersebut disebabkan karena tiga aspek yakni sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku.

Sikap terhadap sertifikasi halal

Dilihat dari segi sikap, para pelaku UMKM akan melakukan sertifikasi halal apabila hal tersebut berpengaruh positif dan menuntungkan terhadap usahanya baik dari segi kualitas, pemasaran, penjualan dan omset.

Norma subjektif terhadap Sertifikasi Halal

Kemudian, dilihat dari aspek norma subjektif para pelaku UMKM yang sudah melakukan sertifikasi halal, rata-rata disebabkan oleh relasi serta dukungan sesama rekan bisnis dan konsumen. Hal ini membuktikan bahwa peran dari pihak lain yang dianggap berpengaruh akan menjadi suatu penyebab pelaku UMKM melakukan sertifikasi halal.

Persepsi Kontrol Perilaku terhadap Sertifikasi Halal

Selain dari dua aspek diatas, persepsi kontrol perilaku pelaku UMKM juga menjadi alasan bagi mereka untuk melakukan sertifikasi halal. Hal ini terbukti karena masih adanya beberapa pelaku UMKM yang sebenarnya ingin melakukan sertifikasi halal namun karena mereka merasa bahwasannya alur dari sertifikasi halal cukup memberatkan bagi mereka. Seperti dari segi finansial, dan persyaratan sertifikasi halal yang mereka anggap berat sehingga membuat mereka mengurungkan niatnya untuk melakukan sertifikasi halal.

5.2 Saran

Beberapa saran yang dapat diberikan dengan adanya kekurangan yang terjadi pada beberapa UMKM yang belum melaksanakan sertifikasi halal dikarenakan kurangnya pemahaman dari pelaku UMKM terkait pentingnya sertifikasi halal. Pemerintah daerah sebaiknya memberikan pemahaman dan pendampingan. Masyarakat juga perlu berperan dalam program yang telah disediakan oleh pemerintah. Setidaknya masyarakat sebagai konsumen juga harus lebih memperhatikan produk-produk yang sudah bersertifikasi halal dibandingkan dengan produk-produk yang belum

tersertifikasi halal. Penelitian ini sebagai dasar untuk penelitian selanjutnya yang berkenaan dengan sertifikasi halal terhadap produk UMKM dan hal ini sudah tidak bisa dipungkiri bahwasannya sangat berpengaruh terhadap perekonomian suatu daerah.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiwijaya, Achmad Jaka Santos. (2019). Toward Implementation Of Halal Certification Obligation In Indonesia. *Jurnal Living Law ISSN 2087-4936* Volume 11 Nomor 1.
- Achmat, Zakarija. (2010). THEORY OF PLANNED BEHAVIOR MASIHKAN RELEVAN. <http://zakarija.staff.umm.ac.id/files/20,-academia.edu>
- Agustina, Y., Pratikto, H., Churiyah, M., & Dharma, B. A. (2019). *Pentingnya Penyuluhan Sertifikasi Jaminan Produk Halal Untuk Usaha Kecil Menengah (UKM)*. *Jurnal GrahaPengabdian*.
- Ahmad, Brilliant & Moch. Khoirul Anwar. (2020). *Analisis Respon Pelaku Usaha Minuman Kopi (Coffee Shop) Terhadap Kewajiban Sertifikasi Halal*. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*. Vol. 3 No.2
- Ajzen, Icek. (1991). "The Theory of Planned Behavior." *Organizational Behavior and Human Decision Processes* 50, no. 2. Theories of Cognitive Self-Regulation
- Ajzen, I. (2005). *Attitudes, personality, and behavior (2nd. Edition)*. Milton-Keynes, England: Open University Press / McGrawHill
- Ajzen, Fishbein. (2005). "The Theory of Planned Behavior". *Organizational Behavior and Human Decision Processes Jurnal*. Vol. 50. No. 2: 179-211.
- Ashari, Mela. (2019). *Pengaruh Pengetahuan Produk dan Sertifikasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Farmasi Di Desa Mojorejo Kecamatan Kebonsari Kabupaten Madiun*. *Skripsi*. Surabaya : Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Program Studi Ekonomi Syariah Surabaya
- Azwar, Saifudin (1988). *Sikap Manusia*. Yogyakarta: Liberty.
- Cruz, Leonel da., Suprapti, Ni Wayan Sri., Yasa, Ni Nyoman Kerti. (2015). *Aplikasi Theory of Planned Behavior dalam*

- Membangkitkan Noat Berwirausaha Bagi Mahasiswa Fakultas UNPAZ, Dili Timor Leste, E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, 4.12.*
- Febriyani, Dian, dan Ma'mun Nawawi.(2022). *Penguatan Umkm Upaya Peningkatan Industri Halal Di Indonesia, Tazkiyya: Jurnal Keislaman, Kemasyarakatan dan Kebudayaan* Volume 23 No. 1 (Januari – Juni)
- Haliza, Dinda Nur. (2021). Konsep Aplikasi Level-Up.Id: Strategi Pemberdayaan Umkm Melalui Pengoptimalan Peran Koperasi Syariah Dengan Pendekatan 5p Di Madura01. *Izdihar: Jurnal Ekonomi Syariah / ISSN Online 2808-7194* No 02.
- Hawkins, Del. I, Mothersbaugh, David L. (2010). *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy, 11th Edition*, New York: McGraw-Hill Irwin.
- Jayusman, Iyus, dan Oka Agus Kurniawan Shavab.(2020). Studi Deskriptif Kuantitatif Tentang Aktivitas Belajar Mahasiswa Dengan Menggunakan Media Pembelajaran Edmodo Dalam Pembelajaran Sejarah. *Jurnal Artefak*,
- Jogiyanto, H.(2007). *Metodologi Penelitian Sistem Informasi*. Penerbit Andi. Yogyakarta
- Kim, H., Sefcik, J. S., & Bradway, C. (2016). *Characteristics of Qualitative Descriptive Studies: A Systematic Review*. *Research in Nursing & Health*. 40(1), 23–42. doi:10.1002/nur.21768
- Kotler, P. dan G. Amstrong.(2007). *Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 12 Jilid 1*. Erlangga.Jakarta.
- Kurjono, Kurjono, dan Yana Setiawan. (2020). Pengaruh Kontrol Perilaku yang dirasakan dan Norma Subyektif Terhadap Intensi Berwirausaha Dimediasi Sikap Kewirausahaan.” *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis* 11, no. 1: 81–96. <https://doi.org/10.17509/jimb.v11i1.20711>.
- Maal, Al. (2020). Sertifikasi Halal dan Implikasinya Bagi Bisnis Produk Halal di Indonesia. *Journal of Islamic Economics and Banking* <http://jurnal.umt.ac.id/index.php/jieb2>, no. 1
- Mahyarni, Mahyarni. (2013). THEORY OF REASONED ACTION DAN THEORY OF PLANNED BEHAVIOR (Sebuah Kajian Historis tentang Perilaku). *Jurnal EL-RIYASAH* 4, no. 1 13. <https://doi.org/10.24014/jel.v4i1.17>.
- Machrus,Hawa'im., Purwono, Urip. (2010). Pengukuran Perilaku berdasarkan Theory of Planned Behavior. *Jurnal: INSAN* Vol. 12 No. 01.
- Mushof, Mukarom Al. (2014). Respon UMKM Produk Makanan Terhadap Implementasi Undang- Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal Di Kabupaten Pamekasan.
- Nanang, M. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif*. PT Raya Grafindo Persada.
- Noordin, N., Noor, N. L., & Samicho, Z. (2014). *Strategic Approach to Halal Certification System: An Ecosystem Perspective. International Halal Conference, PWTC (pp. 79- 95)*. Kuala Lumpur: Procedia - Social and Behavioral Sciences 121.
- Nukeriana, Debbi. (2018). IMPLEMENTASI SERTIFIKASI HALAL PADA PRODUK PANGAN DI KOTA BENGKULU. *Jurnal Qiyas No. 1*
- Oentoro, D. (2012). *Manajemen Pemasaran Modern*. Laksbang Pressindo. Yogyakarta: Polit.
- D. F., & Beck, C. T. (2009). *International differences in nursing research, 2005–2006. Journal of Nursing Scholarship*, 41, 44–53. doi: 10.1111/j.1547–5069.2009.01250.x
- Peraturan Menteri Agama Nomor 20 Tahun 2021. Tentang Sertifikasi Halal Bagi Pelaku Usaha Mikro dan Kecil
- Qomaro, Galuh Widitya. (2019). Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah Sektor Pangan dalam Meningkatkan Perekonomian Lokal Melalui Pendampingan Sertifikasi Halal di Kecamatan Tragah Bangkalan. *Jurnal Pengabdhi* No. 2
- Saleh, Sirajuddin. (2017). *Analisis Data Kualitatif. Pustaka Ramadhan*, Bandung.
- Sulistiyarini, Suci. (2012). “PENGARUH MINAT INDIVIDU TERHADAP PENGGUNAAN MOBILE BANKING: MODEL KOMBINASI TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM) DAN THEORY OF PLANNED BEHAVIOR (TPB).
- Undang – Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014. Tentang Pemerintah

Harus Bentuk Badan Penyelenggara
Jaminan Produk Halal.

Waharini, Faqiatul Mariya, dan Anissa Hakim
Purwantini.(2018). Model
Pengembangan Industri Halal Food di
Indonesia. *Muqtasid: Jurnal Ekonomi
dan Perbankan Syariah* 9, no.
1.[https://doi.org/10.18326/muqtasid.v9i1.
1-13](https://doi.org/10.18326/muqtasid.v9i1.1-13).

Wirawan, Rosadi, Titik Mildawati, dan
Bambang Suryono.(2022).
“DETERMINAN PENGAMBILAN
KEPUTUSAN INVESTASI
BERDASARKAN NORMA
SUBJEKTIF, KONTROL PERILAKU,
DAN PERILAKU HEURISTIK.”
*EKUITAS (Jurnal Ekonomi dan
Keuangan)* 6, no. 1
[https://doi.org/10.24034/j25485024.y202
2.v6.i1.5163](https://doi.org/10.24034/j25485024.y2022.v6.i1.5163).

Zuchdi,Darmiyati. (1995). *PEMBENTUKAN
SIKAP. Jurnal Cakralawa*.Nomor 3
Tahun XIV.