

**PENGARUH KESADARAN DAN PEMAHAMAN
SERTIFIKASI HALAL TERHADAP TANGGUNG JAWAB
SOSIAL PELAKU UMKM**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Syarat- Syarat

Guna Memperoleh Sarjana Ekonomi (S.E)

Dalam Ilmu Ekonomi Syariah



OLEH :

TESSI MAYORI

NIM : 20681056

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) CURUP**

2025

Hal: **Pengajuan Skripsi**

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam

Di

Curup

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarokatuh.

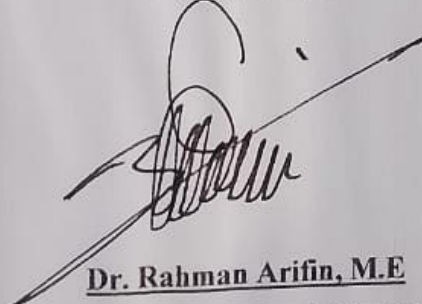
Setelah mengadakan pemeriksaan dan perbaikan seperlunya maka kami berpendapat bahwa Skripsi saudara **Tessi Mayori** mahasiswi IAIN Curup yang berjudul **"Pengaruh Kesadaran Dan Pemahaman Sertifikasi Halal Terhadap Tanggung Jawab Sosial Pelaku UMKM"** sudah dapat diajukan dalam sidang munaqasyah Prodi Ekonomi Syariah, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup.

Demikian permohonan ini kami ajukan. Terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarokatuh.

Curup, 5 - 08 - 2025

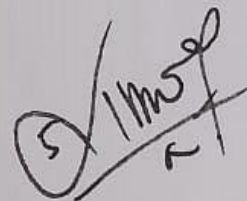
Pembimbing I



Dr. Rahman Arifin, M.E

NIP: 19881221 201903 1 009

Pembimbing II



Sineba Arli Silvia, M.E

NIP: 1991519 202321 2 037

PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Yang bertanda tangan dibawah ini.

Nama: Tessi Mayori

Nim : 20681056

Fakultas: Syariah Dan Ekonomi Islam

Prodi: Ekonomi Syariah

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar sarjana di suatu perguruan tinggi. Dan sepanjang pengetahuan penulis juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis diajukan atau dirujuk dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya bersedia menerima hukuman atau sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikain pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, semoga dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Curup, 05 - Agustus. 2025

Peneliti



Tessi Mayori

Nim : 20681056



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) CURUP
FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM

Jalan : Dk. NK. Gid. No. 41 Pk. 156 Tg. 07523 28140-20794 Fax 28140-20794

Website: Facebook, Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Curup Email: Fakultassyariah@iaincurup.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI MAHASISWA

Nomor: Jg2. /It.34/FS/PP.00.22/08/2025

Nama : Tesli Mayeri
NIM : 20681056
Fakultas : Syariah dan Ekonomi Islam
Prodi : Ekonomi Syariah
Judul : Pengaruh kesadaran dan Pemahaman Sertifikasi Halal Terhadap Tanggung Jawab Sosial Pelaku UMKM

Telah di manaqashkan dalam sidang terbuka Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup, pada :

Hari/Tanggal : Kamis, 21 Agustus 2025
Pukul : 09:30 – 11:00 WIB
Tempat : Ruang 3 Gedung C Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Curup

Dan telah diterima untuk melanjutkan sebagai sarjana-syarika guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam Bidang Ilmu Ekonomi Syariah.

TIM PENGUJI

Ketua,

Sekretaris,

Prof. Dr. H. Hedi Kisworo, M.Ag
NIP. 19550111 197603 1 002

Sidiq Adila, S.H.I., M.H.I
NIP. 198804122020121004

Penguji I

Penguji II

Dr. H. Hedi Kisworo, S.E., MM
NIP. 197910172009011009

Ranarwijaya, S.H.I., M.E
NIPK. 1990080120202211030

Mengesahkan

Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam



Dr. Ngadri, M.Ag
NIP. 196902061995031001

SISTEM TRANSLITERASI ARAB – LATIN

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Departemen Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia tertanggal 22 Januari 1988 Nomor 157/1987 dan 0593/1987.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidakdilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	Tsa'	Ts	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	Ḥ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kha	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Ẓal	Ẓ	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	Ṣhad	Ṣh	Es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍhad	Ḍh	De (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa'	Ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	Ẓ	Zet (dengan titik di bawah)
ع	'Ain	.. ' ..	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa'	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka

ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Waw	W	We
ه	Ha'	H	Ha
ء	Hamzah	..'	Apostrof
ي	Ya'	Y	Ye

B. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti halnya dalam vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal (monofong) dan vokal rangkap (difong).

1) Vokal Tunggal

Vokal tunggal dalam bahasa Arab lambangnya berupa tanda atau harakat yang transliterasinya dapat diuraikan sebagai berikut:

..... ^{◌َ}	Fathah
..... _{◌ِ}	Kasroh
..... ^{◌ُ}	Dhammah

Contoh:

كتب = **Kataba**

ذكر = **Zukira**

2) Vokal Rangkap

Lambang yang digunakan untuk vokal rangkap adalah gabungan antara harakat dan huruf, dengan transliterasi berupa gabungan huruf.

Tanda/Huruf		Tanda Baca	Huruf
ى	<i>Fathah</i> dan <i>ya</i>	<i>Ai</i>	<i>a</i> dan <i>i</i>
و	<i>Fathah</i> dan <i>waw</i>	<i>Au</i>	<i>a</i> dan <i>u</i>

Contoh:

كيف	= kaifa
علي	= 'ala
حول	= <u>h</u> aula
امن	= amana
يأ	= ai atau ay

C. Mad

Mad atau panjang dilambangkan dengan harakat atau huruf, dengan transliterasi berupa huruf dan tanda.

Harakat dan huruf		Tanda baca	Keterangan
ي ا	<i>Fathah</i> dan <i>alif</i> atau <i>ya</i>	Ā	a dan garis panjang di atas
ي ا	<i>Kasrah</i> dan <i>ya</i>	Ī	i dan garis di atas
و ا	<i>Dlammah</i> dan <i>waw</i>	Ū	u dan garis di atas

Contoh:

قال سبحانه	= qāla subhānaka
صام رمضان	= shāma ramadlāna
رمي	= ramā
فيهما منا فع	= fihā manāfi'u
يكتبون ما يمكرون	= yaktubūna mā yamkurūna
اذ قال يوسف لابيّه	= izqāla yūsufa liabīhi

D. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua macam:

- 1) Ta' Marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasroh dan dlammah, maka transliterasinya adalah /t/.
- 2) Ta' Marbutah yang mati atau mendapat harakat sukun, maka transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada kata yang terakhir dengan ta marbutah diikuti dengan kata yang memakai al serta bacaan keduanya terpisah, maka ta marbutah itu ditransliterasikan dengan /h/.

Contoh:

روضة الاطفال	<i>Raud}atul atfāl</i>
المدينة المنورة	<i>al-Madīnah al-munawwarah</i>

E. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, yaitu tanda syaddah atau tasydid. Dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf yang diberi tanda syaddah tersebut.

Contoh:

ربنا	<i>Rabbanā</i>
نزل	<i>Nazzala</i>
البر	<i>Al-birru</i>
الحج	<i>Al-hajju</i>

F. Kata Sandang

1) Diikuti oleh Huruf Syamsiah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan bunyinya dengan huruf /I/ diganti dengan huruf yang langsung mengikutinya. Pola yang dipakai ada dua, seperti berikut:

Contoh:

	Pola Penulisan
الرجل	<i>Ar-rajulu</i>
الشمس	<i>Asy-syamsu</i>

2) Diikuti oleh Qamariyah.

Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah ditransliterasikan sesuai dengan aturan-aturan di atas dan dengan bunyinya.

Contoh:

	Pola Penulisan
البدیع	<i>Al-badī'u</i>
القمر	<i>Al-qamaru</i>

Catatan: Baik diikuti huruf syamsiah maupun qamariyah, kata sandang ditulis secara terpisah dari kata yang mengikutinya dan diberi tanda hubung (-).

3) Hamzah

Hamzah ditransliterasikan dengan opostrof. Namun hal ini hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Apabila terletak di awal kata, hamzah tidak dilambangkan karena dalam tulisannya ia berupa alif.

Contoh:

	Pola Penulisan
تأخذون	<i>Ta `khuz ūna</i>
الشهداء	<i>Asy-syuhadā`u</i>
أمرت	<i>Umirtu</i>
فأتي بها	<i>Fa `tībihā</i>

4) Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il*, *isim* maupun *huruf* ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata-kata lain karena ada huruf atau harakat

yang dihilangkan. Maka dalam penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya. Penulisan dapat menggunakan salah satu dari dua pola sebagai berikut:

Contoh:

	Pola Penulisan
وإن لها لهو خير الرازقين	<i>Wa innalahā lahuwa khair al-rāziqīn</i>
فاوفوا الكيل والميزان	<i>Fa aufū al-kaila wa al-mīzāna</i>

5) Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat.

Contoh

وما محمد إلا رسول	<i>Wa ma> Muhammadun illa< rasu<l</i>
إن أول بيت وضع للناس للذي ببكة مباركا	<i>Inna awwala baitin wudi'a linna<si lallaz i> bi Bakkata muba>rakan</i>
لله الأمر جميعا	<i>Lilla>hi al-amru jami<'an</i>

ABSTRAK

Tessi Mayori 20681056 “ Pengaruh Kesadaran dan Pemahaman Sertifikasi Halal Terhadap Tanggung Jawab Sosial Pelaku UMKM”.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kesadaran dan pemahaman sertifikasi halal terhadap tanggung jawab sosial pelaku UMKM. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis pendekatan kuantitatif deskriptif. Metode pengambilan *non-probability sampling* disebut *purposive sampling*. Data yang dikumpulkan menggunakan kuesioner. Dengan populasi pelaku UMKM sertifikasi halal Curup Selatan Kabupaten Rejang Lebong dan jumlah sampel 43 pelaku UMKM. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengujihipotesis pertama variabel kesadaran (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap tanggung jawab sosial (Y), dibuktikan dengan nilai t hitung (6,203) > t tabel (2,345), sehingga hipotesis pertama (H1) diterima. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kesadaran, semakin besar pula tanggung jawab sosial pelaku UMKM. Selanjutnya, hipotesis kedua variabel pemahaman (X2) juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap tanggung jawab sosial, dengan nilai t hitung (5,282) > t tabel (2,345), sehingga hipotesis kedua (H2) diterima. Artinya, pemahaman pelaku UMKM mengenai sertifikasi halal turut mendorong lahirnya tanggung jawab sosial. Selain itu hipotesis ketiga hasil uji simultan (Uji F) menunjukkan bahwa nilai F hitung (27,708) > F tabel (2,016) dengan signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kesadaran (X1) dan pemahaman (X2) secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap tanggung jawab sosial pelaku UMKM (Y).

Kata kunci : Kesadaran, Pemahaman, sertifikasi halal, Tanggung Jawab Sosial, Pelaku UMKM

MOTTO

“Hanya karena tidak secepat yang lain bukan berarti gagal, terlambat bukan berarti tertinggal ,cepat bukan berarti dia yang paling hebat karena setiap orang sedang berproses digaris takdir nya masing-masing”

(Habib Umar bin Hafidz)

PERSEMBAHAN

Dengan mengharap keridhoan dari Allah SWT. Skripsi ini saya mempersembahkan untuk:

1. Allah SWT, atas segala berkah, rahmat, kesehatan, kekuatan, petunjuk, kemudahan, dan ilmu yang tiada terhingga. Ya Allah terima kasih banyak engkau telah memberikan kesempatan, kekuatan, kemudahan, kelancaran, sehingga hamba bisa menyelesaikan skripsi ini.
2. Kepada kedua orangtua ku Ayahanda (Ansori) Dan Pintu Surgaku Ibunda (Aminah). Orang tua yang sudah membesarkan saya dan memberikan kasih sayang dan semangat yang melimpah kepada saya, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih atas semua doa, pengorbanan, jerih payah, nasihatnya selama ini untuk saya.
3. Teruntuk adik ku Aldo Novriansyah terimakasih sudah memberikan suport, mendukung menghibur selama ini dan memberikan semangat kasih sayang tak terhingga.
4. Kepada keluarga besar Umar Ali yang tak kalah penting kehadirannya terimakasih telah mendukung, menghibur, mendengarkan keluh kesah, dan mengajarkan kesabaran. Dan memberikan penulis support semangat kasih sayang kepada penulis yang tidak bisa penulis sebut kan satu persatu.
5. Teruntuk keluarga besar Aida Marwi kepada sepupu kakak adik yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Penulis ucapkan terimakasih yang sudah memberikan moral atau pun material serta memberikan semangat kepada penulis selama perkuliahan.

6. Terkhusus kepada kakak sepupu saya Mira Kurnia Rahmawati S.Pd dan adik sepupu Jihan Sarah Syiah terimakasih telah memberikan dukungan support selama perkuliahan sampai penulis menyelesaikan skripsi.
7. Sahabat ku selama di perkuliahan Reva, Tiara, Rada, Resi, Nadia , Mike, Windi dan Niken terimakasih atas semua informasi dan dukungan nya.
8. Dan juga kepada teman seperjuangan skripsi Amrina Rosyada dan Nurul Pathiya terimakasih sudah menemani selama perjalanan skripsi penulis.
9. Teman-teman KKN desa Kutorejo Lovi Mercelly, Nurhayati, Nurlalili,Mutiara, Ade septia, Salawatur Riskia, Febrian, Ardiansyah terimakasih telah memberikan semangat dan dukungan nya.
10. Kepada teman teman seperjuangan skripsi prodi ekonomi syariah yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu terimakasih telah memberikan semangat support dan informasi kepada penulis.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT, yang telah memberikan rahmat, nikmat, dan hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan berjudul **“Pengaruh Kesadaran dan Pemahaman Sertifikasi Halal Terhadap Tanggung Jawab Sosial Pelaku UMKM”** yang merupakan salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada program studi Ekonomi Syariah. Sholawat beriring salam semoga senantiasa tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, para sahabat serta seluruh pengikutnya. Selesaiannya penulisan ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Pada kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terimakasih yang sebesarbesarnya kepada semua pihak yang telah membantu baik dalam proses penelitian maupun selama penulisan. Ucapan terima kasih ini disampaikan kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Idi Warsah, M.Pd.I selaku Rektor Institut Agama Islam Negri (IAIN) Curup.
2. Bapak Dr. Ngadri, M.Ag selaku Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam.
3. Ibu Fitmawati , M.A selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah.
4. Bapak Harianto Wijaya, M.ME selaku penasehat akademik yang selalu bersedia memberikan nasehat serta arahnya khususnya dalam proses akademik.

5. Bapak Dr. Rahman Arifin, M.E Selaku pembimbing I yang telah membimbing serta mengarahkan peneliti, terimakasih atas dukungan, doa,waktu, dan motivasi sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Ibu Sineba Arli Silvia, M.E. Selaku pembimbing II yang telah membimbing serta mengarahkan peneliti, terimakasih atas dukungan, doa, waktu, dan mengarahkan peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Ketua Sidang Bapak Prof.Dr.H.Budi Kisworo,M.Ag terimakasih atas dukungan, waktu dan mengarahkan skripsi ini hingga selesai.
8. Sekretaris sidang bapak Sidiq Aulia, M.H.I, terimakasih atas dukungan, waktu dan mengarahkan skripsi ini hingga selesai.
9. Penguji I Bapak Dr.Oktafian Histori,S.SE,MM terimakasih atas dukungan, waktu dan mengarahkan skripsi ini hingga selesai.
10. Penguji II Bapak Ranas Wijaya,M.E terimakasih atas dukungan, waktu dan mengarahkan skripsi ini hingga selesai.
11. Kepala Perpustakaan IAIN Curup beserta seluruh karyawan yang telah mengarahkan dan memberi kemudahan, arahan kepada penulis dalam memperoleh referensi dan data-data dalam penyusunan skripsi ini.
12. Seluruh Dosen Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam dan karyawan IAIN Curup yang telah memberikan petunjuk dan bimbingan kepada penulis selama berada di bangku kuliah.
13. Kepada Pihak IAIN Curup dan Mahasiswa, yang telah memberikan izin penelitian serta banyak membantu, meluangkan waktu untuk memeberikan informasi, data, yang peneliti butuhkan dalam rangka penyusunan skripsi ini.

14. Semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu. Terima kasih atas segala bantuan yang diberikan serta kebaikan semua pihak dalam penyelesaian penyusunan skripsi ini, dengan rendah hati penulis mohon bimbingan untuk kemajuan dimasa mendatang. Penulis juga sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun terutama dari para pembaca dan dari dosen pembimbing. Mungkin dalam penyusunan skripsi ini masih banyak terdapat kesalahan dan kekurangan. Semoga dengan adanya karya tulis ini dapat memberikan manfaat bagi mahasiswa pada umumnya dan bagi peneliti khususnya. Akhirnya hanya kepada Allah SWT, peneliti senantiasa memohon ridho-Nya atas penyusunan dan penulisan skripsi ini, Aamiin.

Curup, 2025

Peneliti

Tessi Mayori

Nim : 20681056

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	
HALAMAN PENGAJUAN SKRIPSI.....	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
SISTEM TRANSLITERASI ARAB – LATIN	iv
ABSTRAK.....	xii
MOTTO.....	xiii
PERSEMBAHAN	xiii
KATA PENGANTAR	xv
DAFTAR ISI.....	xviii
DAFTAR TABEL.....	xx
DAFTAR GAMBAR.....	xxi

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Batasan Masalah	7
C. Rumusan Masalah.....	7
D. Tujuan Penelitian	8
E. Manfaat Penelitian	8
F. Review Kajian Terdahulu	10
G. Definisi Operasional	20

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori.....	25
1. Kesadaran.....	25
2. Pemahaman	28
3. Sertifikasi Halal.....	32
4. Tanggung Jawab Sosial.....	37
B. Kerangka Analisis	42
C. Hipotesis.....	43

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian	47
B. Tempat Dan Waktu Penelitian	48
C. Jenis data dan Sumber Data	48
D. Populasi dan sampel.....	49
E. Instrumen Penelitian	50

F. Metode Pengumpulan Data	51
G. Teknik Analisis Data.....	52
1. Uji validitas	53
2. Uji Reliabilitas	54
3. Uji Asumsi Klasik	54
4. Regresi Linear Berganda.....	56
5. Uji Hipotesis	56

BAB IV TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	58
B. Analisis Data Penelitian.....	59
1. Bidang Usaha Responden	59
2. Jenis Kelamin	60
3. Riwayat Pendidikan Responden	61
C. Hasil Uji Penelitian	62
1. Uji Validitas	63
2. Uji Reliabilitas	66
3. Uji Asumsi Klasik	67
4. Uji Regresi Linear Berganda.....	70
5. Hasil Uji Hipotesis	72
6. Hasil Uji F	74
7. Hasil Uji Determinasi (R^2)	75
D. Pembahasan.....	76

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	81
B. Saran.....	84

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1 Jumlah UMKM Yang Telah Tersertifikasi Halal.....	6
Tabel 3.1 Kriteria UMKM	49
Tabel 3.2 Skala Likert.....	51
Tabel 4.1 Bidang Usaha Responden.....	59
Tabel 4.2 Jenis kelamin Responden.....	60
Tabel 4.3 Riwayat Pendidikan Responden.....	61
Tabel 4.4 Hasil Uji validitas (Kesadaran).....	63
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas(Pemahaman).....	64
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas (Tanggung Jawab Sosial).....	65
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas.....	66
Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas.....	67
Tabel 4.9 Hasil uji multikolonieritas.....	68
Tabel 4.10 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	69
Tabel 4.11 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	71
Tabel 4.12 Hasil Uji Parsial(Uji t).....	73
Tabel 4.13 Hasil Uji F(Simultan).....	74
Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien determinasi (R ²).....	75

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Analisis.....	42

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di Indonesia, yang mayoritas penduduknya Muslim, sertifikasi halal menjadi isu strategis yang dampaknya melampaui sekadar kepatuhan regulasi, terutama setelah diberlakukannya Undang-Undang Pada Pasal 140 PP No. 39 Tahun 2021 tentang Jaminan Produk Halal (UU JPH) yang mendorong pergeseran paradigma dari sertifikasi halal sebagai kewajiban administratif menuju tanggung jawab moral dan sosial. Pada level konsumen, sertifikasi halal merupakan bentuk perlindungan mendasar karena pelaku UMKM menyatakan komitmennya menyediakan produk yang aman, *thoyyib*, dan sesuai prinsip syariah sehingga dapat membangun kepercayaan serta memberikan rasa aman bagi pembeli.¹ Pada level masyarakat dan lingkungan, proses sertifikasi halal menuntut pelaku usaha memperhatikan kebersihan, sanitasi, serta kualitas bahan baku dari hulu ke hilir, yang pada gilirannya mendorong praktik bisnis beretika seperti manajemen limbah yang lebih bertanggung jawab dan penggunaan bahan yang halal serta etis.² Pada level ekonomi, sertifikasi halal meningkatkan daya saing UMKM dengan memberikan nilai tambah, memperluas akses pasar termasuk internasional, dan mendukung pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan, sehingga menunjukkan bahwa tanggung jawab sosial tidak bertentangan dengan

¹ Baharuddin, *Kesadaran Halal dan Implikasinya terhadap Perilaku Konsumen Muslim*, Jurnal Ekonomi Syariah, Vol. 10 No. 2, 2018.

² Rosyadah, I., & Marlina, T., *Pemahaman UMKM terhadap Sertifikasi Halal dan Dampaknya pada Kepercayaan Konsumen*, Jurnal Ekonomi dan Bisnis Syariah, Vol. 8 No. 3, 2020.

keuntungan ekonomi, melainkan dapat menjadi motor pertumbuhan.³ Hal ini menunjukkan bahwa UMKM tidak hanya berfungsi sebagai roda penggerak ekonomi, tetapi juga sebagai penopang kesejahteraan masyarakat. Namun, Zaman semakin berkembang saat ini, UMKM tidak cukup hanya berorientasi pada keuntungan, melainkan juga dituntut untuk mengintegrasikan nilai-nilai tanggung jawab sosial dalam praktik bisnisnya. Tanggung jawab sosial ini mencakup penyediaan produk yang aman, bermanfaat, serta sesuai dengan nilai moral dan religius masyarakat Indonesia yang mayoritas beragama Islam.⁴

Islam mendorong umatnya untuk berbisnis dan berusaha sebagai tindakan yang diperbolehkan, bahkan Nabi Muhammad SAW sendiri adalah seorang pedagang. Dalam ekonomi Islam, UMKM dianggap sebagai upaya untuk mempertahankan kehidupan, beribadah, dan mencapai kesejahteraan sosial. Penting untuk dicatat bahwa perintah ini berlaku bagi semua individu tanpa memandang pangkat atau jabatan mereka. Al-Qur'an menjelaskan didalam Q.S Al-Baqarah:2 ayat 168 :

أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ ۚ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ

*"Wahai manusia, makanlah sebaqian (makanan) di bumi yang halal laqi baik dan janganlah mengikuti langkah-langkah setan. Sesungguh nya ia bagimu merupakan musuh yang nyata."*⁵

Allah SWT memerintahkan umat Muslim untuk mengonsumsi makanan yang halal dan baik. Namun, sebagian umat Muslim justru membuat

³ Lubis, A., & Hidayat, R., *Persepsi Pelaku UMKM terhadap Sertifikasi Halal sebagai Tanggung Jawab Sosial*, Jurnal Manajemen dan Bisnis Islam, Vol. 5 No. 1, 2019.

⁴ Safitri, E., & Nurdin, R. *Pengaruh Kesadaran Halal, Harga, Kervagaman Produk Dan Promosi Penjualan Terhadap Perilaku Impulse Buying Produk Kosmetik Di Kalangan Mahasiswa Universitas Syiah Kuala*. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Islam, (2021), 1–12.

⁵ Menteri Agama RI, *Al-Qr'an dan Terjemahnya*, (Bandung: CV Penerbit Diponegoro, 2010),25.

aturan sendiri tentang makanan yang halal dan haram, tanpa dasar dari Allah SWT. Dalam konteks masyarakat Muslim, isu kehalalan produk menjadi sangat penting. Islam mengajarkan bahwa umatnya hanya diperbolehkan mengonsumsi makanan, minuman, serta menggunakan produk yang halal, baik dari sisi bahan baku, proses produksi, hingga distribusi.⁶ Oleh karena itu, sertifikasi halal hadir sebagai bentuk perlindungan konsumen, sekaligus jaminan kualitas yang menunjukkan bahwa produk telah memenuhi standar syariat. Sertifikasi halal bukan hanya simbol keagamaan, melainkan juga wujud akuntabilitas pelaku usaha terhadap konsumen. Dengan demikian, kesadaran dan pemahaman pelaku UMKM terhadap sertifikasi halal dapat dipandang sebagai bagian dari pelaksanaan tanggung jawab sosial.⁷ Sayangnya, realitas di lapangan menunjukkan masih rendahnya jumlah UMKM yang mengajukan sertifikasi halal. Sebagian pelaku usaha beranggapan bahwa sertifikasi hanya penting bagi usaha besar, sementara sebagian lain mengaku kurang memahami prosedur, biaya, dan manfaatnya.

Hasil penelitian Reza & Amaniyah menunjukkan bahwa meskipun tingkat kesadaran pelaku UMK di Madura terhadap sertifikasi halal cukup tinggi (95%), mayoritas belum memilikinya karena keterbatasan informasi dan pendampingan.⁸ Temuan serupa juga disampaikan Aswin bahwa kesadaran pelaku UMKM Kota Pangkalpinang cukup baik, namun pengetahuan praktis mengenai

⁶ Ismaya, Dkk, “Kesadaran Halal Dan Sertifikat Halal Dalam Menentukan Minat Beli Produk Mie Instan Di Kalangankonsumen Muslim Di Kabupaten Garut,” *Jurnal Kewirausahaan Dan Manajemen Strategis* jil. 01; No 012022; 12-22 Doi: <https://doi.org/10.52434/Jesm.V1i01.95>

⁷ Aisqi, N. R., & Andi, F, “Implementasi Sertifikasi Halal Pada Produk Pangan Dalam Rangka Perlindungan Konsumen (Studi Kasus Dominos Pizza)”, *Jurnal Ekonomi Syariah Dan Hukum Ekonomi Syariah*, (2022), 39–51.

⁸ Adiyanto & Amaniyah, “Tingkat Kesadaran Sertifikat Halal Pelaku Umk Di Pulau Madura” Akses: *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, Vol. 18 No.2 (2023) Doi: <https://doi.org/10.30653/Ijma.202332.92>

tata cara sertifikasi masih rendah.⁹ Hal ini menegaskan adanya kesenjangan antara tingkat kesadaran dan pemahaman pelaku usaha dengan implementasi nyata sertifikasi halal. Padahal, keberadaan sertifikat halal dapat memberikan nilai tambah yang signifikan bagi UMKM. Dengan kata lain, sertifikasi halal bukan hanya memenuhi kewajiban religius, tetapi juga menjadi instrumen strategis untuk membangun keberlanjutan usaha sekaligus melaksanakan tanggung jawab sosial pelaku UMKM kepada masyarakat luas.

Secara teoritis, tanggung jawab sosial dapat dipahami melalui piramida CSR yang dikemukakan oleh Carroll. Menurutnya, setiap pelaku usaha memiliki tanggung jawab pada empat level ekonomi, hukum, etis, dan filantropi.¹⁰ Dalam konteks UMKM, tanggung jawab hukum dan etis terwujud melalui pemenuhan standar halal, sedangkan aspek filantropi tercermin dari kontribusi sosial dalam menyediakan produk yang aman dan sesuai syariat. Hal ini sejalan dengan konsep *Triple Bottom Line* yang diperkenalkan oleh Elkington yang menekankan bahwa keberhasilan bisnis tidak hanya diukur dari profit, tetapi juga dari kontribusi terhadap manusia (*people*) dan lingkungan (*planet*). Dengan demikian, pemahaman dan kesadaran akan sertifikasi halal menjadi bukti bahwa UMKM tidak hanya berorientasi pada keuntungan, melainkan juga pada keberlanjutan sosial.

⁹ Aswin Aswin, “Kesadaran Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Kota Pangkalpinang Terhadap Sertifikasi Halal”, Iain Syaikh Abdurrahman Siddik Bangka Belitung (2023) Doi: <https://doi.org/10.32764/Istismar.V6i1.4512>

¹⁰ Renyna, Cindy Claresta, “Analisis Praktik Csr Pelaku Industri Tembakau Dengan Konsep Piramida Carroll (Studi Interpretatif Pada Penerima Program Djarum Beasiswa Plus)”. Universitas Atma Jaya Yogyakarta. (2024)

Di Indonesia, pemerintah telah memberikan payung hukum yang jelas mengenai kewajiban sertifikasi halal bagi produk diatur dalam Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 39 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Bidang Jaminan Produk Halal (JPH). Regulasi ini merupakan turunan dari Undang-Undang No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, yang kemudian diperkuat melalui UU Pada Pasal 140 PP No. 39 Tahun 2021 dijelaskan mengenai tahapan kewajiban sertifikasi halal, yaitu bahwa kewajiban sertifikasi halal tidak berlaku sekaligus untuk semua produk, melainkan diberlakukan secara bertahap sesuai jenis produk dan kategori usaha.¹¹

Sebagian pelaku usaha telah menyadari manfaat sertifikasi halal dalam meningkatkan kepercayaan konsumen dan omset penjualan. Label halal kini tidak hanya menjadi penanda kehalalan, tetapi juga identitas usaha. Namun, masih terdapat kesenjangan pemahaman dan rendahnya kesadaran di kalangan pelaku UMKM I di rejang lebong. Kondisi ini mendorong perlunya penelitian kuantitatif untuk mengukur pengaruh kesadaran dan pemahaman sertifikasi halal terhadap tanggung jawab sosial pelaku UMKM. Hasilnya diharapkan dapat menjadi dasar dalam merancang pendekatan edukatif dan kebijakan yang lebih tepat sasaran.

Pelaku UMKM yang sudah tersertifikasi halal dan blum tersertifikasi halal:

¹¹ Republik Indonesia, *Peraturan Pemerintah Nomor 39 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Bidang Jaminan Produk Halal*, Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2021 Nomor 61, Pasal 140.

Tabel 1.1 Jumlah UMKM Yang Telah Tersertifikasi Halal

NO	Nama Kecamatan	Jumlah UMKM yang telah tersertifikasi halal		
		Belum Tersertifikasi halal	Tersertifikasi Halal	Persentase %
1.	Curup	530	44	8,3%
2.	Curup tengah	85	115	73,9%
3.	Curup Selatan	360	45	12,5%
4.	Curup Utara	585	15	2,6%
	JUMLAH	1.560	219	9,2%

Sumber : Data LPPM IAIN Curup, Dinas Koperasi dan UMKM.

Pusat Layanan Produk Halal IAIN Curup memberikan data terkait UMKM yang sudah tersertifikasi. Dari tabel 1.1 Jumlah UMKM yang ada di 4 Kecamatan di Kabupaten Rejang Lebong. UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah), berperan penting dalam perekonomian nasional, namun pelaku UMKM sering menghadapi tantangan dalam memenuhi persyaratan sertifikasi halal karena keterbatasan sumber daya, pengetahuan, dan akses informasi.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat dipahami bahwa kesadaran dan pemahaman pelaku UMKM terhadap sertifikasi halal memegang peranan penting dalam pelaksanaan tanggung jawab sosial. Semakin tinggi kesadaran dan pemahaman mereka, semakin besar pula komitmen untuk menyediakan produk halal yang aman, berkualitas, dan sesuai syariat. Sebaliknya, rendahnya kesadaran dan pemahaman akan menyebabkan lemahnya pelaksanaan tanggung jawab sosial, yang pada akhirnya dapat merugikan konsumen dan menghambat

keberlanjutan usaha. Penelitian ini bertujuan untuk mendokumentasikan fenomena ini dalam sebuah karya ilmiah sehingga peneliti dapat menemukan jawaban atas pertanyaan yang mereka temui dengan melakukan penelitian terhadap pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). Peneliti masih berasumsi bahwa hal ini terjadi karena mereka belum memahami undang-undang yang mengharuskan setiap produk makanan dan minuman yang dijual di Indonesia memiliki sertifikat halal. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk menganalisis **Pengaruh Kesadaran dan Pemahaman Sertifikasi Halal Terhadap Tanggung Jawab Sosial Pelaku UMKM**, sehingga dapat memberikan kontribusi baik secara teoritis maupun praktis bagi pengembangan UMKM.

B. Batasan Masalah

Peneliti menetapkan batasan untuk penelitian ini, yaitu hanya berfokus pada pelaku UMKM berjenis kuliner makanan dan minuman di Curup Selatan. Dengan demikian, penelitian yang akan ditulis tidak akan melebar atau keluar dari ruang lingkup penelitian.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas yang telah dijelaskan, maka berikut beberapa pertanyaan dari permasalahan di atas

1. Apakah kesadaran sertifikasi halal berpengaruh positif terhadap tanggung jawab sosial pelaku UMKM ?

2. Apakah pemahaman sertifikasi halal berpengaruh positif terhadap tanggung jawab sosial pelaku UMKM ?
3. Apakah kesadaran dan pemahaman sertifikasi halal secara simultan berpengaruh positif terhadap tanggung jawab sosial pelaku UMKM ?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari rumusan masalah maka tujuan utama dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah kesadaran sertifikasi halal berpengaruh positif terhadap tanggung jawab sosial pelaku UMKM
2. Untuk mengetahui apakah pemahaman sertifikasi halal berpengaruh positif terhadap tanggung jawab sosial pelaku UMKM
3. Untuk mengetahui apakah kesadaran dan pemahaman sertifikasi halal secara simultan berpengaruh positif terhadap tanggung jawab sosial pelaku UMKM

E. Manfaat Penelitian

Adapun Manfaat yang peneliti harapkan dalam penelitian ini nantinya adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori perilaku konsumen, khususnya tentang keterkaitan kesadaran halal, pemahaman halal, dan tanggung jawab sosial UMKM. Teori yang umum digunakan, seperti *Theory of Planned Behavior (TPB)* atau

Consumer Behavior Theory, lebih banyak menekankan pada faktor internal individu seperti sikap, niat, dan persepsi dalam memengaruhi perilaku.

Namun, melalui penelitian ini, ditambahkan dimensi pemahaman keagamaan dan peran kebijakan pemerintah sebagai faktor eksternal yang turut memengaruhi tingkat kesadaran dan perilaku pelaku UMKM dalam menjalankan sertifikasi halal. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memperluas cakupan teori yang ada, tetapi juga memperkaya kajian ilmiah mengenai hubungan antara religiositas, regulasi, dan perilaku ekonomi dalam konteks UMKM di Rejang Lebong.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Peneliti. Diharapkan penelitian ini dapat menjadi pedoman dalam meningkatkan pengetahuan dan pemahaman berbagai aspek terkait pemanfaatan sertifikasi halal pada UMKM. Dan juga sebagai salah satu persyaratan untuk menggapai gelar Sarjana.
- b. Bagi Instansi IAIN Curup. Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa menjadi sebuah bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.
- c. Bagi kementrian Agama. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan yang konstruktif bagi Kementerian Agama, khususnya dalam menyusun strategi peningkatan kesadaran pelaku UMKM terhadap pentingnya sertifikasi halal. Temuan penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar dalam merancang program sosialisasi, edukasi, serta pendampingan yang lebih efektif dan terarah, terutama di sektor UMKM kuliner Rejang Lebong. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat menjadi

bahan evaluasi dalam mengidentifikasi kendala yang dihadapi pelaku usaha dalam proses sertifikasi, sehingga kebijakan yang dibuat dapat lebih responsif dan tepat sasaran.

- d. Bagi lembaga pendamping produk halal. Diharapkan penelitian ini dapat menjadi acuan dalam mengidentifikasi usaha UMKM yang belum tersertifikasi halal. Berharap bahwa penelitian ini dapat menjadi masukan dalam mengidentifikasi usaha UMKM yang belum tersertifikasi halal dan memberikan pendampingan yang lebih bermanfaat .
- e. Bagi UMKM. Bagi pelaku UMKM, hal ini bisa menjadi sebuah langkah maju untuk memastikan produk yang dijual telah melalui sertifikasi halal, yang tentunya akan sangat membantu dalam meningkatkan omzet bisnis nya dan membuat usaha nya lebih terpercaya kehalalan dan lebih berkembang lagi dari sebelumnya.
- f. Bagi Masyarakat. Diharapkan penelitian berharap ini itumenjadi bahan masukan bagi masyarakat terutama di Kecamatan Curup utara dalam membuat pernyataan mengenai penjualan produk pangan yang telah bersertifikat halal dan sesuai dengan prinsip syariah.

F. Review kajian Terdahulu

Review kajian terdahulu berisi tentang telaah kajian yang pernah dilakukan sebelumnya terkait dengan masalah penelitian. Adapun review kajian terdahulu yang terkait dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Priatmojo Suryo Kuncoro dan Siti Nurul Amaliyah (2020), Penelitian yang berjudul *“Implementasi etika bisnis islam: bisnis islam yang bertanggung jawab”*¹²

Penelitian ini bertujuan untuk memahami konsep etika bisnis Islam dan pengembangan peraturan serta sertifikasi halal sebagai aplikasi etika bisnis Islam. Dengan demikian, peneliti berharap dapat berkontribusi dalam pengembangan dan penerapan etika bisnis Islam yang lebih baik, terutama dalam konteks bisnis modern yang sering kali condong pada unsur monopoli, dzalim, riba, dan praktik-praktik yang menghalalkan segala cara. Sertifikasi halal menjadi penting karena tidak hanya mencerminkan kepatuhan terhadap prinsip syariah tetapi juga membangun kepercayaan konsumen dan mendukung pertumbuhan ekonomi yang berbasis moral dan spiritual. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan jenis penelitian literatur, yaitu dengan mengumpulkan dan menganalisis data dari berbagai sumber seperti buku, jurnal, karya ilmiah, dan website yang relevan dengan topik penelitian.

Dari hasil penelitian yang dilakan bahwa penerapan etika bisnis Islam dalam era globalisasi saat ini menjadisebuah tantangan besar bagi umat Muslim. Peraturan dan sertifikat halal merupakan mekanisme yang baik untuk membantu umat Islam dalam memenuhi komitmen

¹² Priatmojo Suryo Kuncoro , Siti Nurul Amaliyah (2020), *“Implementasi etika bisnis islam : bisnis islam yang bertanggung jawab”* Al-Iqtishod Jurnal Ekonomi Syariah 2(2):198-214
DOI: [10.51339/iqtis.v2i2.203](https://doi.org/10.51339/iqtis.v2i2.203)

keagamaannya dalam praktik etika bisnis islam. Dimana praktik bisnis halal ini bervariasi antara satu negara dengan negara lain, karena belum ada standar umum penilaian sertifikasi halal secara global. Namun peraturan dan sertifikasi halal dapat berkembang dengan memperbaiki struktur kelembagaan dan tata mengelola global terkait peraturan sertifikasi halal, mengintegrasikan beberapa alat yang telah terbukti membangun dari tanggung jawab sosial perusahaan dengan memasukkan kritis etika dan tanggung jawab serta menggunakan pendekatan multi tingkat yang memberi informasi kepada orang-orang tentang produk dan bisnis yang mencakup kriteria etika dan tanggung jawab bisnis detikara menyeluruh baik dari sisi produk maupun manajemen.

Dalam penelitian ini lebih fokus pada konsep etika bisnis Islam secara teoritis, dan penelitian ini mengeksplorasi dampak sertifikasi halal terhadap kinerja perusahaan dan kepercayaan konsumen. penelitian ini dapat mengeksplorasi konteks negara-negara dengan minoritas penduduk Muslim. Sedangkan penelitian ini dapat mengeksplorasi konsep etika bisnis Islam dalam konteks praktik bisnis modern, dan penelitian ini hanya berfokus bagaimana pelaku UMKM yang menengah kebawah bertanggung jawab atas sertifikasi halal produk yang mereka miliki. Dan juga melakukan penelitian dengan masyarakat mayoritas muslim.

2. Lubis, A., dan Hidayat, R.,(2019) penelitian yang berjudul "*Persepsi Pelaku UMKM terhadap Sertifikasi Halal sebagai Tanggung Jawab Sosial, Jurnal Manajemen dan Bisnis Islam*".¹³

Penelitian ini bertujuan menganalisis dan mengidentifikasi bagaimana persepsi pelaku UMKM terhadap sertifikasi halal, dan bagaimana persepsi tersebut memengaruhi pandangan mereka mengenai tanggung jawab sosial dalam konteks bisnis Islami. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada pelaku UMKM yang dipilih menggunakan purposive sampling, yaitu UMKM yang bergerak di bidang pangan dan berpotensi membutuhkan sertifikasi halal. Analisis data menggunakan deskriptif untuk menggambarkan secara lebih mendalam persepsi responden.

Hasil penelitian menemukan bahwa pelaku UMKM memiliki persepsi positif terhadap sertifikasi halal, Hasil pengolahan data menunjukkan bahwa persepsi pelaku UMKM terhadap sertifikasi halal berpengaruh signifikan terhadap pandangan mereka mengenai tanggung jawab sosial. Berdasarkan hasil uji regresi linear sederhana, diperoleh nilai t-hitung sebesar 4,327 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa persepsi pelaku UMKM berpengaruh terhadap sertifikasi halal sebagai bentuk tanggung jawab sosial diterima. Selain itu, uji koefisien determinasi (R^2) menunjukkan nilai sebesar 0,287 yang berarti

¹³ A. Lubis dan R. Hidayat, "*Persepsi Pelaku UMKM terhadap Sertifikasi Halal sebagai Tanggung Jawab Sosial*", *Jurnal Manajemen dan Bisnis Islam*, 2019.

bahwa persepsi pelaku UMKM mampu menjelaskan 28,7% variasi terhadap kesadaran pentingnya sertifikasi halal, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini. Uji simultan (uji F) juga menghasilkan nilai F-hitung sebesar 12,856 dengan signifikansi $0,001 < 0,05$, yang memperkuat bahwa persepsi UMKM secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap urgensi sertifikasi halal sebagai tanggung jawab sosial. Dengan demikian, hasil ini menegaskan bahwa semakin positif persepsi pelaku UMKM terhadap sertifikasi halal, maka semakin tinggi pula tingkat kesadaran mereka dalam memandang sertifikasi halal sebagai bentuk implementasi tanggung jawab sosial kepada konsumen.

Perbedaan penelitian ini berfokus pada persepsi pelaku UMKM terhadap sertifikasi halal sebagai bentuk tanggung jawab sosial. Penulis menekankan bagaimana pandangan, kesadaran, dan pemahaman pelaku UMKM mengenai pentingnya sertifikasi halal dapat meningkatkan citra usaha, kepercayaan konsumen, dan daya saing produk. Penelitian ini menggambarkan sejauh mana pelaku UMKM menyadari sertifikasi halal tidak hanya sekadar kewajiban hukum, tetapi juga bagian dari praktik corporate social responsibility (CSR) di sektor usaha kecil dan menengah. Sedangkan peneliti hanya berfokus pada bagaimana pelaku UMKM bertanggung jawab atas sertifikasi halal yang mereka miliki dalam produk yang mereka pasarkan.

3. Endang Raino Wirjono, (2012) penelitian yang berjudul “*Tingkat Kesadaran Pelaku Usaha dalam Implementasi Pertanggung Jawaban Sosial (Corporate Social Responsibility)*”¹⁴

Dalam penelitian ini bertujuan membuktikan tingkat kesadaran pelaku usaha dalam mengimplementasikan pertanggungjawaban sosial terhadap lingkungannya. Populasi dalam penelitian ini adalah para karyawan dan karyawan perusahaan di DIY dan sekitarnya dan diperoleh sampel sebanyak 40 orang manajer menengah ke atas. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah nonprobabilistic sampling, yaitu setiap elemen dalam populasi tidak memiliki probabilitas yang sama untuk menjadi sampel. Teknik penentuan sampel secara non probabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling. Metode pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner untuk mengetahui persepsi pelaku usaha terhadap arti penting implementasi pertanggungjawaban sosial. Analisis data dilakukan dengan melakukan uji validitas dan reliabilitas untuk membuktikan kesahihan instrumen, kemudian analisis deksriptif untuk mengetahui sebaran tingkat kesadaran pelaku usaha dalam implementasi pertanggungjawaban sosial. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat kesadaran pelaku usaha dalam mengimplementasikan CSR terhadap lingkungan sudah cukup, dengan realisasi hanya sekitar 67,5% dari total indikator yang diterapkan.

¹⁴ Endang Raino Wirjono, (2012) “*Tingkat Kesadaran Pelaku Usaha dalam Implementasi Pertanggungjawaban Sosial (Corporate Social Responsibility)*” Jurnal Unissula Vol. 1 No. 1. 201-213

Perbedaan dalam penelitian ini yaitu penelitian terdahulu berfokus pada penilaian tingkat kesadaran pelaku usaha dalam menjalankan CSR, khususnya terkait menyadari akan pentingnya tanggung jawab sosial terhadap masyarakat dan lingkungan, serta bagaimana kesadaran tersebut tercermin dalam praktik kepedulian sosial, ekonomi, dan lingkungan sekitar perusahaan dan hanya fokus kepada perusahaan yang cukup besar. Sedangkan peneliti berfokus pada sertifikasi halal benar-benar memberi pengaruh jangka panjang terhadap keberlanjutan usaha UMKM, bukan hanya kepercayaan konsumen sesaat dan penelitian lebih menekankan pada hubungan kesadaran/pemahaman dengan CSR, tetapi belum menggali faktor internal (misalnya motivasi religius, pengetahuan manajerial) dan faktor eksternal (dukungan pemerintah, regulasi, akses pasar) yang memengaruhi implementasi sertifikasi halal.

4. Hidayati, Syafrida (2022), Penelitian yang berjudul “*Sertifikasi Halal dan Tanggung Jawab Sosial UMKM di Era Globalisasi*”¹⁵

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antara kesadaran pelaku UMKM terhadap sertifikasi halal dengan implementasi tanggung jawab sosial (CSR), mengukur pengaruh pemahaman prosedur dan manfaat sertifikasi halal terhadap penerapan CSR, serta mengidentifikasi dimensi tanggung jawab sosial yang paling dipengaruhi oleh sertifikasi halal, seperti perlindungan konsumen, etika bisnis Islami,

¹⁵ Hidayati, Syafrida. “*Sertifikasi Halal dan Tanggung Jawab Sosial UMKM di Era Globalisasi*” (2022)

peningkatan kualitas produk, dan daya saing UMKM. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan mengeksplorasi kendala yang dihadapi UMKM dalam memperoleh sertifikasi halal, termasuk biaya, akses informasi, dan prosedur administrasi, sekaligus memberikan rekomendasi strategis untuk meningkatkan kesadaran serta pemahaman pelaku usaha agar sertifikasi halal dapat dioptimalkan sebagai instrumen CSR dan keunggulan kompetitif UMKM di era globalisasi. Penelitian ini menggunakan mixed method, yakni menggabungkan pendekatan kuantitatif dan kualitatif. Metode Kuantitatif dilakukan melalui survei terhadap sejumlah pelaku UMKM di Kota Medan yang bergerak di sektor makanan dan minuman. Survei ini digunakan untuk mengukur tingkat pemahaman dan kesadaran pelaku UMKM terhadap sertifikasi halal. Sedangkan Metode Kualitatif dilakukan melalui wawancara mendalam dengan pelaku UMKM, pihak LPPOM MUI setempat, dan konsumen. Wawancara ini bertujuan menggali persepsi mendalam tentang pentingnya sertifikasi halal dan hubungannya dengan tanggung jawab sosial.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan adanya hubungan positif dan signifikan antara kesadaran pelaku UMKM terhadap sertifikasi halal dengan implementasi tanggung jawab sosial (CSR), dengan nilai koefisien korelasi (r) sebesar 0,63 yang berarti hubungan cukup kuat dan signifikansi $< 0,05$ yang menegaskan validitas hasil. Uji regresi juga menunjukkan bahwa pemahaman prosedur dan manfaat sertifikasi halal berpengaruh signifikan terhadap penerapan CSR dengan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,41, yang artinya sekitar 41% variasi dalam implementasi tanggung jawab

sosial dapat dijelaskan oleh tingkat pemahaman sertifikasi halal. Adapun indikator CSR yang paling dipengaruhi meliputi perlindungan konsumen, di mana UMKM yang sadar halal lebih konsisten menjaga kualitas, kebersihan, dan keamanan produk; aspek etis dan religius, karena sertifikasi halal dianggap sebagai komitmen terhadap nilai syariah dan etika bisnis; serta peningkatan daya saing, karena produk halal lebih diminati konsumen sehingga meningkatkan reputasi dan pemasaran. Temuan tambahan mengungkap bahwa 62% responden sepakat sertifikasi halal mampu meningkatkan kepercayaan konsumen secara signifikan, meskipun 28% pelaku UMKM masih memandangnya sebagai beban biaya dan prosedural, bukan sebagai kebutuhan strategis.

Perbedaan penelitian ini berfokus pada peran sertifikasi halal sebagai bentuk tanggung jawab sosial pelaku UMKM kepada konsumen, masyarakat, dan lingkungan. Hubungan antara kesadaran akan pentingnya halal dengan upaya meningkatkan kualitas produk. Tantangan yang dihadapi UMKM dalam memperoleh sertifikasi halal, baik dari sisi biaya, akses informasi, maupun regulasi. Sedangkan peneliti berfokus pada sertifikasi halal benar-benar memberi pengaruh jangka panjang terhadap keberlanjutan usaha UMKM, bukan hanya kepercayaan konsumen sesaat dan penelitian lebih menekankan pada hubungan kesadaran/pemahaman dengan CSR, tetapi belum menggali faktor internal (misalnya motivasi religius, pengetahuan manajerial) dan faktor eksternal (dukungan pemerintah, regulasi, akses pasar) yang memengaruhi implementasi sertifikasi halal.

5. Maha Ridwan, David andra (2019) penelitian yang berjudul “*Dampak sertifikasi halal terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan: Bukti dari sektor makanan & minuman*”¹⁶

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak sertifikasi halal terhadap tingkat pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) pada sektor makanan dan minuman di Italia, dengan fokus pada bagaimana sertifikasi halal dapat memengaruhi praktik pelaporan CSR perusahaan. Selain itu, penelitian ini juga berusaha mengukur hubungan antara sertifikasi halal dengan kinerja perusahaan yang direpresentasikan melalui Return on Investment (ROI), di mana pengungkapan CSR berperan sebagai variabel penting yang menjembatani keterkaitan tersebut. Penelitian menggunakan pendekatan eksploratif yang diawali dengan analisis konten terhadap laporan perusahaan (annual reports) dan situs web perusahaan makanan & minuman. Dilanjutkan dengan uji chi-square, analisis korelasi, dan regresi multivariat untuk menguji hubungan antara status sertifikasi halal dan pengungkapan CSR.

Penelitian ini menemukan bahwa perusahaan makanan dan minuman di Italia yang memiliki sertifikasi halal menunjukkan pengungkapan CSR yang lebih luas dan mendalam dibandingkan perusahaan non-halal. Selain itu, pengungkapan CSR tersebut memiliki hubungan positif dengan kinerja keuangan, khususnya ROI, sehingga

¹⁶ Maha Ridwan, David andra (2021) penelitian yang berjudul “*Dampak sertifikasi halal terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan: Bukti dari sektor makanan & minuman*,” *Jurnal Ekonomi* Vol. 1 No. 1, 2021, pp. 183–200. <https://doi.org/10.1108/BFJ-01-2020-0014>

menegaskan bahwa sertifikat halal dapat berfungsi sebagai pendorong CSR sekaligus nilai ekonomis. Penelitian ini berfokus pada Menilai sejauh mana sertifikasi halal berfungsi sebagai instrumen CSR pada perusahaan makanan & minuman. Mengkaji perbedaan pengungkapan CSR antara perusahaan yang memiliki sertifikasi halal dan yang tidak. Meneliti korelasi antara indeks pengungkapan CSR dengan kinerja keuangan (ROI). Menguji bagaimana sertifikasi halal dapat meningkatkan nilai etis, reputasi, dan daya saing perusahaan di pasar global, khususnya dalam menghadapi konsumen Muslim. Sedangkan peneliti berfokus pada sertifikasi halal benar-benar memberi pengaruh jangka panjang terhadap keberlanjutan usaha UMKM, bukan hanya kepercayaan konsumen sesaat dan penelitian lebih menekankan pada hubungan kesadaran/pemahaman dengan CSR, tetapi belum menggali faktor internal (misalnya motivasi religius, pengetahuan manajerial) dan faktor eksternal (dukungan pemerintah, regulasi, akses pasar) yang memengaruhi implementasi sertifikasi halal.

G. Definisi Operasional Variabel

1. Kesadaran

Kesadaran dalam bahasa artinya keinsafan, keadaan memahami atau mengerti, hal yang dirasakan atau respon seseorang. Secara etimologi Kesadaran adalah suatu konsep yang berkaitan dengan pemahaman seseorang terhadap suatu peristiwa atau subjek disekitar

nya.¹⁷Orang yang memiliki kesadaran yang baik, akan dapat menyadari apa yang akan dilakukan, sedang dilakukan, maupun setelah dilakukan.¹⁸

Variabel kesadaran halal terdapat beberapa hal yang dapat digunakan sebagai indikator untuk menentukan apakah kesadaran mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Berikut indikator kesadaran :

- 1) Pengetahuan dan pemahaman. Konsumen mengetahui dan memahami bahwa mengkonsumsi produk halal merupakan kewajiban.
- 2) Sadar akan produk halal. Konsumen akan memilih untuk mengkonsumsi produk yang halal baik kebersihan dan keamanan.
- 3) Kewajiban agama. Konsumen menyadari bahwa mengkonsumsi produk halal merupakan kewajiban agama, kewajiban setiap muslim.

Jadi dapat disimpulkan bahwa kesadaran yaitu seseorang mengetahui menyadari akan suatu hal yang terjadi disekitarnya.

2. Pemahaman

Pemahaman dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia artinya proses, cara, perbuatan memahami atau memahamkan.¹⁹ Secara istilah nya bahwa untuk mengungkapkan atau mengulang informasi atau perbuatan dengan menggunakan bahasa sendiri dan mengembangkan beberapa akibat

¹⁷ Dicky Hastjarjo, "Sekilas Tentang Kesadaran Consciousness", Buletin Psikologi 13 (2005): 80

¹⁸ Fatmawati, "Analisis Religiusitas, Kesadaran Halal, Literasi Halal, Dan Niat Berperilaku Dalam Memprediksi Pelaku UMKM Melakukan Sertifikasi Halal Di Kabupaten Bangkalan," Jurnal Ekonomi Syariah Dan Bisnis 6, no. 1 (2023): 76–88, <http://ejournal.unma.ac.id/index.php/Mr/index76>.

¹⁹ Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, Kamus Besar Bahasa Indonesia, (Jakarta : Balai Pustaka, 2003), 811

dari adanya sebuah konsep. Serta dapat menghubungkannya dengan pengetahuan dan pengalaman yang sudah ada.²⁰

Indikator pemahaman halal konsep menurut Benyamin S. Bloom sebagai berikut: ²¹

1) Pemahaman tentang logo halal

Logo halal adalah tanda resmi dari BPJPH–MUI sebagai jaminan kehalalan produk. Pemahaman berarti mengetahui fungsi, makna, dan aturan hukum logo halal sesuai UU No. 33 Tahun 2014.

2) Pemahaman pemilihan produk berdasarkan logo halal

Konsumen yang paham menjadikan logo halal sebagai dasar memilih produk, sedangkan produsen yang paham terdorong mengurus sertifikasi agar produknya kompetitif dan dipercaya pasar.

3) Pemahaman tentang sertifikasi halal asli dan palsu

Sertifikasi halal asli memiliki standar resmi, nomor registrasi, dan bisa diverifikasi di database halal. Sertifikasi palsu biasanya tidak sesuai aturan dan tidak memiliki legalitas. Pemahaman ini penting agar konsumen tidak tertipu dan UMKM terhindar dari praktik curang.

Dapat disimpulkan bahwa pemahaman yaitu proses memahami atau memahamkan, serta mengungkapkan informasi dengan bahasa sendiri dan menghubungkannya dengan pengetahuan dan pengalaman yang sudah ada.

²⁰ Djaali, *Psikologi Pendidikan*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2011), 77

²¹ Muhammad Daud Alhanief, Muhammad dkk “*Analisis Pemahaman Sertifikasi Halal UMKM di Kota Pontianak*,” *AL-FIQH: Journal of Islamic Studies* vol2, no. 3 (2024): 194–202.

3. Sertifikasi halal

Sertifikasi halal berasal dari dua kata yaitu sertifikasi dan halal. Menurut KBBI Sertifikasi artinya penyertifikatan. Sedangkan halal artinya diperbolehkan, legal, dan sesuai hukum Islam atau syariah.²² Menurut istilah Sertifikasi halal adalah surat keterangan yang dikeluarkan oleh MUI Pusat atau Provinsi yang secara teknis ditangani oleh Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, dan Kosmetika setelah diteliti dan dinyatakan halal oleh LP POM-MUI.²³ Jadi dapat disimpulkan bahwa sertifikasi halal merupakan surat keterangan yang dikeluarkan oleh lembaga MUI tentang halal suatu produk dengan melalui proses yang sudah ditentukan.

4. Tanggung Jawab Sosial

Secara bahasa, tanggung jawab sosial berasal dari dua kata yaitu tanggung jawab berarti kesadaran untuk menanggung akibat dari tindakan yang dilakukan. Sedangkan Sosial berarti sesuatu yang berkaitan dengan masyarakat.²⁴ Secara istilah, tanggung jawab sosial adalah suatu bentuk komitmen moral dan etis dari individu, organisasi, atau perusahaan untuk memberikan kontribusi positif kepada masyarakat dan lingkungan, di luar kepentingan ekonomis semata.²⁵ Berdasarkan Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas Pasal 74: Tanggung jawab sosial

²² Fatimah Nur, "Jaminan Produk Halal di Indonesia terhadap Konsumen Muslim", *Jurnal Likuid* vol 1, no. 1 (2021): 45.

²³ Mashudi, *Konstruksi Hukum dan Respons masyarakat terhadap Sertifikasi Produk Halal* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015), 115.

²⁴ Mardikanto, Totok, *Corporate Social Responsibility (Tanggung Jawab Sosial Korporasi)*, (Bandung: Alfabeta, 2014), 27

²⁵ Putri, S.A., "Tanggung Jawab Sosial UMKM dalam Perspektif CSR dan Kepatuhan Halal." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, UIN Sunan Kalijaga, Vol. 4, No. 1 (2022), 55-67.

dan lingkungan adalah komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat bagi perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat luas.²⁶ Berikut terdapat indikator tanggung jawab sosial pelaku UMKM:

1. Peduli Produk Halal :

Pelaku UMKM yang peduli produk halal tidak hanya memperhatikan aspek kehalalan produk, tetapi juga memperhatikan dampak lingkungan.

2. Pengembangan sertifikasi halal:

Pelaku UMKM yang memiliki sertifikasi halal dapat mengembangkan kegiatan sosial yang positif.

3. Komunikasi Transparan produk halal:

Pelaku UMKM yang memiliki produk halal dapat mengkomunikasikan kegiatan sosial yang positif melalui media sosial atau poster di lingkungan kerja.²⁷

Jadi dapat disimpulkan bahwa Tanggung jawab sosial adalah komitmen moral dan etis untuk memberikan kontribusi positif kepada masyarakat dan lingkungan, di luar kepentingan ekonomis semata, dengan tujuan meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat bagi semua pihak.

²⁶Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2007 Nomor 106.

²⁷ Suryanto, T., & Hadiwidjaja, R. (2018). *Corporate Social Responsibility: Konsep, Teori dan Implementasi di Indonesia*. Yogyakarta: Deepublish.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Kesadaran

Kesadaran merupakan kemampuan untuk merasakan, dan menjadi sadar akan suatu peristiwa atau benda-benda. Kesadaran adalah konsep tentang menyiratkan pengetahuan dan persepsi terhadap peristiwa atau subjek.²⁸ Shaari dan Arifin menyatakan bahwa kesadaran halal adalah tingkat pengetahuan atau mencari tahu pentingnya dasar prinsip halal, mengonsumsi produk halal sesuai dengan syariat Islam.²⁹

Golnaz dalam studinya menyatakan kesadaran terhadap produk halal ditentukan oleh sikap positif. Sikap positif ini merupakan persepsi yang mendukung kesadaran halal. Ambali dan Bakar menambahkan bahwa kesadaran halal dapat dikonseptualisasikan sebagai proses mendapatkan informasi untuk meningkatkan kesadaran tentang apa yang diperbolehkan bagi muslim untuk dimakan, diminum, dan digunakan.³⁰ Kesadaran merupakan tingkat pengetahuan dan pemahaman tentang pentingnya prinsip halal dalam konsumsi produk sesuai syariat Islam. Kesadaran ini dapat dipengaruhi oleh sikap positif dan persepsi yang mendukung, serta proses mendapatkan informasi tentang apa yang diperbolehkan bagi muslim untuk

²⁸ Solso, Robert L., Otto H. Maclin, dan M. Kimberly Maclin, Psikologi Kognitif (Jakarta: Erlangga, 2008), 89.

²⁹ Supriyanti, Kesadaran, Nurani, Dan Budi Pekerti, (Tangerang: Loka Aksara, 2019), 8

³⁰ Juniawati "Kesadaran Halal Dan Religiusitas Individu Dalam Keputusan Pembelian Makanan" Jurnal Megister Ekonomi Universitas Tanjungpura, DOI: <https://doi.org/10.32832/jm-uika.v15i3.17455>

dikonsumsi dan digunakan. Dengan demikian, kesadaran halal menjadi penting dalam meningkatkan pengetahuan dan perilaku konsumen muslim terhadap produk halal. Untuk mengukur kesadaran halal meliputi bahan baku halal, kewajiban agama, proses produksi, dan kebersihan produk. Peningkatan kesadaran masyarakat terhadap produk halal berkaitan erat dengan penggunaan produk yang sudah memiliki sertifikat halal.³¹ Produk yang paling diutamakan untuk kebutuhan masyarakat adalah makanan. Maka, dari itu penting bagi umat muslim untuk mengetahui kehalalan produk yang mereka gunakan atau konsumsi.

يَا أَيُّهَا الرُّسُلُ كُلُوا مِنَ الطَّيِّبَاتِ وَاعْمَلُوا صَالِحًا إِنِّي بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ

"Wahai para rasul! Makanlah dari makanan yang halal lagi baik dan kerjakanlah amal shalih. Sungguh Aku Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan." (Al-Mu'minin 23: 51)

Ayat ini menunjukkan bahwa kesadaran terhadap kehalalan makanan bukan hanya untuk konsumen biasa, tetapi juga menjadi keharusan bagi orang-orang yang paling mulia (para rasul).³² Hal ini memberikan dasar teologis yang kuat bahwa setiap Muslim, termasuk pelaku UMKM, harus memperhatikan kehalalan produk yang dihasilkan dan dikonsumsi.

a. Indikator kesadaran

Variabel kesadaran halal terdapat beberapa hal yang dapat digunakan sebagai indikator untuk menentukan apakah kesadaran

³¹ Deputi Bidang Ekonomi, *Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia 2019-2024*, Cet.1 (Jakarta: Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional, 2018), 129.

³² M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Mishbah: Pesan, Kesan dan Keserasian al-Qur'an*, Jilid 8 (Jakarta: Lentera Hati, 2002), 140.

mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Berikut tiga indikator kesadaran :³³

- 4) Pengetahuan dan pemahaman. Konsumen mengetahui dan memahami bahwa mengkonsumsi produk halal merupakan kewajiban.
- 5) Sadar akan produk halal. Konsumen akan memilih untuk mengkonsumsi produk yang halal baik kebersihan dan keamanan.
- 6) Kewajiban agama. Konsumen menyadari bahwa mengkonsumsi produk halal merupakan kewajiban agama, kewajiban setiap muslim.

b. Faktor faktor yang mempengaruhi kesadaran

Ishaq dan Prayoga mengungkapkan bahwa diantara faktor-faktor yang mempengaruhi kesadaran halal (*awereness*) dari konsumen adalah: religiositas (*religious believe*), jati diri (*self identity*), komponen pemasaran (*marketing mix*), dan label jaminan halal (*halal certification*).³⁴ Kesadaran halal (*awereness*) didefinisikan sebagai pemahaman akan kehalalan suatu produk dari seseorang konsumen sehingga membuatnya cermat dalam melakukan konsumsi atas suatu produk. Tingginya kesadaran halal dapat memengaruhi permintaan atas produk halal (*purchase intention*). Adapun minat beli (*purchase intention*) adalah kecenderungan konsumen untuk membeli sesuatu atau

³³ Juniwati, *Kesadaran Halal Dan Religiusitas Individu Dalam Keputusan Pembelian Makanan*, Jurnal Megister Ekonomi Universitas Tanjungpura, DOI: <https://doi.org/10.32832/Jm-Uika.V15i3.17455>

³⁴ Ishaq, M. & Prayoga, Y. (2016). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kesadaran Halal (Halal Awareness) Konsumen Muslim terhadap Produk Makanan dan Minuman di Kota Medan*. Jurnal Ekonomi dan Keuangan, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Vol. 4 No. 2, 123–134.

suatu tindakan yang berhubungan dengan membeli dan diukur dengan tingkat pembelian kembali produk tersebut.

Hal yang menarik dari faktor-faktor tersebut diungkapkan pada penelitian Ishaq dan Prayoga. Hasil penelitian menunjukkan bahwa religiositas dan label jaminan halal tidak berpengaruh signifikan terhadap kesadaran halal.³⁵ Ada beberapa faktor hasil observasi yang menyebabkan kondisi seseorang dengan tingkat religiositas tinggi namun tidak memiliki kesadaran halal, yakni:

- 1) Makanan cukup dinyatakan halal bila penjual/pramusaji menggunakan identitas keislaman, semisal kopyah untuk pria atau hijab untuk wanita
- 2) Adanya persepsi bahwa mayoritas penduduk Indonesia beragama Islam, maka sangat mustahil menjual produk nonhalal,
- 3) Kaidah umum pada agama Islam bahwa semua makanan pada dasarnya adalah halal kecuali yang memang benar-benar dilarang.

2. Pemahaman

Pemahaman berasal dari kata "paham", yang berarti mengerti benar atau memahami benar. Pemahaman adalah proses belajar dan berpikir. Dikatakan demikian karena belajar dan berpikir adalah langkah berikutnya menuju pemahaman. Pemahaman adalah tindakan, proses, dan cara memahamisesuatu.³⁶

³⁵<https://Halal.Unair.Ac.Id/Blog/2018/09/05/Beberapa-Faktor-Yang-Mempengaruhi-Kesadaran-Halal-Di-Indonesia/> Diakses Pada Tanggal 26 Oktober 2024

³⁶W.J.S. Purwadarminta, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1991),636

Anas Sudjiono mengatakan bahwa pemahaman adalah kemampuan seseorang untuk mengerti sesuatu setelah sesuatu itu diketahui dan diingat. ³⁷Dengan kata lain, memahami adalah mengetahui tentang sesuatu dan dapat melihatnya dari berbagai segi. Pemahaman merupakan jenjang kemampuan berfikir yang setingkat lebih tinggi dari ingatan dan hafalan.

Yunus mengatakan bahwa pemahaman halal adalah tingkat pengetahuan, kesadaran, dan penerimaan individu maupun pelaku usaha terhadap prinsip-prinsip halal dalam aktivitas ekonomi, konsumsi, dan produksi.³⁸ Teori ini menekankan bahwa pemahaman halal bukan hanya sebatas mengetahui definisi halal dan haram, tetapi juga menginternalisasikan dalam perilaku nyata, misalnya memilih bahan baku, proses produksi, distribusi, hingga pemasaran. Pemahaman halal dapat dipahami melalui teori ini karena pengetahuan halal akan memengaruhi *attitude* (sikap), *subjective norm* (pengaruh sosial), dan *perceived behavioral control* (kontrol diri) dalam pengambilan keputusan terkait produk halal. ³⁹

Konsep dalam ajaran Islam harus diketahui dan dipahami. Konsep ini penting dari sudut pandang sistem pengetahuan dan pengalaman. Pengalaman ajaran Islam dapat menjadi lebih baik jika dipahami konsep dengan benar.

³⁷ Anas Sudijono, *Pengantar Evaluasi Pendidikan* (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), 50.

³⁸ Yunus, Nur, "*Fikih Konsumsi Halal dan Haram*". (Jakarta: Kencana, 2016,) 243

³⁹ Faturohman. "Pemahaman Halal dan Urgensinya dalam Produk UMKM." *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, Vol. 5, No. 2 (2021).

أَقْلَمُ يَسِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَتَكُونُ لَهُمْ قُلُوبٌ يَعْقِلُونَ بِهَا أَوْ آذَانٌ يَسْمَعُونَ بِهَا فَإِنَّهَا لَا

تَعْمَى الْأَبْصَارُ وَلَكِنْ تَعْمَى الْقُلُوبُ الَّتِي فِي الصُّدُورِ

"Maka apakah mereka tidak berjalan di muka bumi, lalu mereka mempunyai hati yang dengan itu mereka dapat memahami, atau mempunyai telinga yang dengan itu mereka dapat mendengar? Karena sesungguhnya bukanlah mata itu yang buta, tetapi yang buta, ialah hati yang di dalam dada"(Q.S Al-Hajj 22: 46)

Ayat ini berisi seruan Allah kepada manusia untuk memperhatikan dan merenungkan tanda-tanda kekuasaan-Nya di alam semesta, khususnya melalui perjalanan di bumi.⁴⁰ Dengan melakukan perjalanan dan memperhatikan, diharapkan manusia dapat menggunakan akal dan pendengaran mereka untuk memahami kebenaran, bukan hanya melihat dan mendengar secara fisik. Allah menegaskan bahwa mata yang buta bukanlah mata fisik, tetapi hati yang tidak dapat memahami kebenaran.

a. Indikator pemahaman

Indikator pemahaman halal konsep menurut Benyamin S. Bloom sebagai berikut: ⁴¹

4) Pemahaman tentang sertifikasi halal

Sertifikasi halal adalah tanda resmi dari BPJPH–MUI sebagai jaminan kehalalan produk. Pemahaman berarti mengetahui fungsi, makna, dan aturan hukum logo halal sesuai UU No. 33 Tahun 2014.

5) Pemahaman pemilihan produk berdasarkan Sertifikasi halal

⁴⁰ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2010), 46.

⁴¹ Muhammad Daud Alhanief, Muhammad dkk "Analisis Pemahaman Sertifikasi Halal UMKM di Kota Pontianak," *AL-FIQH: Journal of Islamic Studies* vol2, no. 3 (2024): 194–202.

Konsumen yang paham menjadikan logo halal sebagai dasar memilih produk, sedangkan produsen yang paham terdorong mengurus sertifikasi agar produknya kompetitif dan dipercaya pasar.

6) Pemahaman tentang sertifikasi halal asli dan palsu

Sertifikasi halal asli memiliki standar resmi, nomor registrasi, dan bisa diverifikasi di database halal. Sertifikasi palsu biasanya tidak sesuai aturan dan tidak memiliki legalitas. Pemahaman ini penting agar konsumen tidak tertipu dan UMKM terhindar dari praktik curang.

b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pemahaman

- 1) Faktor Interen, yaitu intelegensi, adalah cara orang berpikir dengan menggunakan otak mereka. Kemampuan intelektual seseorang menentukan seberapa cepat dan memecahkan masalah tersebut. Seseorang dapat dianggap pandai atau bodoh, pandai sekali atau cerdas. Berpikir adalah salah satu tindakan pribadi manusia yang menghasilkan ide-ide yang menuju suatu tujuan. Kita berusaha untuk memahami apa yang kita inginkan.⁴²
- 2) Faktor eksternal yang berkaitan dengan orang yang disampaikan, karena berdampak akan mempengaruhi pemahaman. Orang akan lebih mudah memahami apa yang kita katakan jika penyampaian kita baik, dan sebaliknya.⁴³

⁴² Slameto, *Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya* (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), hlm. 54.

⁴³ Sardiman A.M., *Interaksi & Motivasi Belajar Mengajar* (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), hlm. 72

3. Sertifikasi halal

Memverifikasi suatu produk halal untuk dikonsumsi, seseorang harus fokus pada produk halalnya. Meningkatnya jumlah produk bersertifikat halal menunjukkan bahwa umat Islam semakin menyadari pentingnya makanan halal, yang pada gilirannya berkontribusi pada pertumbuhan industri makanan halal global. Sertifikasi halal berfungsi sebagai jaminan keamanan yang telah melalui serangkaian prosedur pemeriksaan komprehensif untuk mencapai legalitas halal, yang bertindak sebagai tolok ukur untuk memastikan keamanan produk yang ditujukan untuk konsumen Muslim.

Shaari dan Arifin mengatakan bahwa aspek-aspek sertifikasi halal dirintis dalam komponen-komponen yang tercantum di bawah ini:⁴⁴

- 1) Legalitas lembaga sertifikasi, yaitu jaminan dimana suatu lembaga telah disahkan oleh kementerian yang terkait.
- 2) Keterangan sertifikasi halal, yaitu keterangan yang terdapat dalam kemasan suatu produk. Contohnya logo.
- 3) Akreditasi lembaga sertifikasi, yaitu penentu standar mutu dan penilaian suatu lembaga sertifikasi halal.

Berdasarkan beberapa penjelasan yang telah dipaparkan diatas, maka sertifikasi halal dapat didefinisikan sebagai suatu kewajiban dan syarat bagi pelaku UKM untuk memberi label halal pada kemasan produk.

⁴⁴ Asep Danurwenda Ismaya Dkk, “Kesadaran Halal Dan Sertifikasi Halal Dalam Menentukan Minat Beli Produk Mie Instan Di Kalangan Konsumen Muslim Di Kabupaten Garut” Vol. 1 No. 01 (2022) 12-22 DOI : <https://doi.org/10.52434/Jesm.V1i01.95>

Untuk memperoleh sertifikasi halal pelaku UKM harus melakukan tahap pemeriksaan pada bahan, proses produksi, dan sistem jaminan halal. Demikianlah produk dapat bebas dipasarkan ke berbagai wilayah karena sudah adanya sertifikasi halal dan label halal pada produk.

Selain itu, Allah telah pula memerintahkan kita di dalam Al-Qur'an:

يٰۤاَيُّهَا اَنۡمُ خُذُوْا زِيۡنَتَكُمْ عِنۡدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوْا وَاشْرَبُوْا وَلَا تُسْرِفُوْا اِنَّهٗ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيۡنَ

“Makanlah dan minumlah kalian, tetapi janganlah berlebihan, melampaui batas. Karena sesungguhnya Allah tidak menyukai orang yang melampaui batas.” (QS. Al-A'raf, 7:31).

Pada kenyataannya, banyak ahli kesehatan menyebutkan, berbagai penyakit timbul karena berlebihan dalam mengonsumsi makanan. Seperti penyakit obesitas, kolesterol, diabetes, jantung, dan sebagainya. Dan kita yang beriman, khususnya, telah diperingatkan agar menghindarkan perilaku tercela ini sejak lebih dari 14 abad silam. Sehingga perlu adanya bukti sertifikasi halal dari produk yang dikonsumsi supaya aman bagi konsumen.⁴⁵

a. Prosedur Permohonan Sertifikasi Halal

Prosedur permohonan sertifikasi halal saat ini dapat dilakukan melalui jalur reguler dan self declare. Prosedur sertifikasi halal melalui jalur reguler dilakukan melalui pemeriksaan dari auditor halal.⁴⁶ Sedangkan untuk jalur self declare dapat dideklarasikan secara mandiri oleh pelaku usaha dengan melalui proses verifikasi dan validasi dari pendamping PPH yang

⁴⁵ Ahmad Sholeh, “Konsep Moderasi Konsumsi dalam Perspektif Al-Qur'an (Telaah QS. Al-A'raf Ayat 31),” *Jurnal Ekonomi Syariah dan Hukum Islam* Vol. 6, No. 2 (2020): 145.

⁴⁶ Nurhayati, T., & Hendar. (2019). *Sertifikasi Halal di Indonesia: Regulasi, Implementasi, dan Tantangan*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.164

ditujukan kepada pelaku usaha mikro dan kecil yang telah memenuhi kriteria. Pada pengajuan self declare dapat dilakukan secara gratis maupun dengan pembiayaan. Hal ini berbeda dengan reguler yang membebankan biaya kepada pelaku usahanya. Prosedur sertifikasi halal adalah rangkaian tahapan yang harus diikuti oleh perusahaan untuk mendapatkan sertifikasi halal.

b. Proses Sertifikasi Halal

Sertifikasi halal dapat diajukan oleh berbagai jenis perusahaan (Industri pengolahan, Rumah Potong Hewan, Restoran, Katering, termasuk oleh distributor). Jenis produk yang di sertifikasi halal antara lain makanan, minuman, obatobatan dan kosmetika, baik berupa bahan baku, produk intermediet (produk antara), produk akhir maupun produk pendukungnya. Mekanisme yang dibuat LPPOM MUI dalam pengajuan sertifikasi halal bertujuan agar tidak adanya praktik pemalsuan label atau pembuat sertifikasi halal yang palsu. Berikut ini adalah tahapan sertifikasi halal yang harus dilakukan oleh suatu perusahaan untuk mendapatkan sertifikasi halal: ⁴⁷

- 1) Sebelum produsen mengajukan sertifikasi halal terlebih dahulu harus mempersiapkan Sistem Jaminan Halal.
- 2) Setiap produsen yang mengajukan permohonan sertifikasi halal bagi produknya harus mengisi formulir yang telah disediakan. Formulir tersebut berisi informasi tentang data perusahaan jenis dan nama produk serta melengkapi persyaratan seperti:

- a) Fotokopi KTP pemilik/penanggung jawab

⁴⁷ *Bagian Proyek Sarana Dan Prasarana Produk Halal Direktorat Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam Dan Penyelenggaraan Haji*, Modul Pelatihan Internal Halal, (Jakarta: Departemen Agama RI, 2018), 50-52.

- b) Fotokopi surat izin usaha
 - c) Fotokopi surat izin usaha perdagangan (SIUP)
 - d) Fotokopi tanda daftar industri
 - e) Fotokopi sertifikat penyuluhan dan sertifikat PIRT khusus untuk industri rumah tangga
 - f) Fotokopi MD untuk industry selain industry rumah tangga
 - g) Fotokopi auditot halal internal
 - h) Fotokopi sertifikat halal yang akan diajukan (apabila melakukan perpanjangan)
 - i) Bagian alir proses produksi untuk seluruh produk yang diajukan
 - j) Dokumen sertifikat halal atau spesifikasi seluruh bahan yang digunakan dalam proses produksi (bahan baku, bahan tambahan, bahan penolong)
 - k) Manual halal (pedoman sistem pelaksanaan jaminan halal perusahaan) dan penerapannya mengacu pada panduan penyusunan SJH LPPOM MUI.
 - l) Fotokopi kemasan seluruh produk
 - m) Menyerahkan contoh produk.
- 3) Barang yang sudah diisi beserta dokumen pendukungnya dikembalikan ke sekretariat LPPOM MUI untuk diperiksa kekelengkapannya, dan bila belum memadai perusahaan harus melengkapi sesuai ketentuan
- 4) LPPOM MUI akan memberitahukan perusahaan mengenai jadwal audit. Tim auditor LPPOM MUI akan melakukan audit atau pemeriksaan ke

lokasi produsen yang pada saat perusahaan harus dalam keadaan memproduksi produk yang disertifikasi.

- 5) Hasil audit yang belum memenuhi persyaratan diberitahukan kepada perusahaan melalui audit memorandum.
- 6) Hasil pemeriksaan/audit dan hasil laboratorium (bila diperlukan) dievaluasi dalam rapat auditor akan membuat laporan hasil audit guna diajukan pada siding komisi fatwa MUI untuk diputuskan status kehalalannya.

c. Proses Penetapan Sertifikasi Halal

Dalam proses sertifikasi halal produk pangan yaitu dengan Bersama pengurus LPPOM MUI dengan komisi fatwa MUI yang sennatiasa memperlihatkan prosedur sebagai berikut: ⁴⁸

- 1) Ketua komisi fatwa, melalui rapat komisi Berdasarkan pertimbangan dari tim khusus, menetapkan prioritas masalah yang akan dibahas dalam rapat komisi fatwa serta menetapkan waktu pembahasannya.
- 2) Ketua komisi, atau rapat komisi dapat menunjuk salah seorsng atau lebih anggota komisi untuk membuat makalah mengenai masalah yang akan dibahas.
- 3) Undangan rapat komisi dan peserta rapat lainnya selambatlambatnya tiga hari sebelum tanggal rapat.
- 4) Peserta rapat komisi fatwa terdiri atas anggota komisi dan peserta lain yang dipandang perlu.

⁴⁸ Sofyan Hasan, *Sertifikasi Halal Dalam Hukum Positif*, (Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2014), 79

- 5) Rapat komisi fatwa dipimpin oleh ketua komisi atau wakilnya.
- 6) Rapat komisi fatwa dinyatakan sah apabila dihadiri sekurang-kurangnya setengah dari peserta yang diundang rapat atau jika dipandang telah memenuhi korum oleh peserta yang hadir.
- 7) Hasil rapat komisi fatwa dicatat oleh sekretaris komisi fatwa.
- 8) Hasil rapat kemudian ditandatangani oleh ketua dan sekretaris komisi.
- 9) Keputusan fatwa dilaporkan kepada dewan pimpinan atau sekretariat MUI untuk ditandatangani dalam bentuk Surat Keputusan Fatwa Ulama Indonesia.

d. Masa Berlakunya Sertifikasi Halal

Undang-Undang Jaminan Produk Halal menetapkan bahwa masa jaminan sertifikasi halal berlaku selama 4 tahun. Jika didalam masa tersebut dilaporkan adanya perubahan bahan atau komposisi, maka pelaku usaha wajib melaporkannya kepada BPJPH. Sedangkan pada aturan baru ini menyebutkan sertifikat halal tetap berlaku sepanjang tidak terdapat perubahan pada komposisi bahan dan PPH. Artinya sertifikasi halal dapat berlaku selama-lamanya apabila bahan yang digunakan dan proses produk halal tidak mengalami perubahan.⁴⁹

4. Tanggung Jawab Sosial

Secara bahasa, tanggung jawab berasal dari kata tanggung yang berarti memikul beban, dan jawab yang berarti kewajiban untuk

⁴⁹ Soffa Ihsan, *Fiqih Perlindungan Konsumen*, (Ciputat: Pustaka Cendikiamuda, 2011), 42

memberikan keterangan atau akibat dari suatu perbuatan.⁵⁰ Dengan demikian, tanggung jawab dapat dipahami sebagai kesediaan seseorang atau kelompok untuk memikul konsekuensi dari tindakannya. Secara istilah, tanggung jawab sosial adalah komitmen perusahaan atau individu untuk berperilaku etis dan memberikan kontribusi terhadap pembangunan ekonomi yang berkelanjutan, sembari meningkatkan kualitas hidup karyawan, keluarga, komunitas lokal, dan masyarakat luas.⁵¹

Muhammad Muflih menjelaskan bahwa perilaku konsumen dalam perspektif Islam tidak hanya didasari pada kepentingan pribadi (utility/kenikmatan) seperti dalam teori ekonomi konvensional, tetapi juga dipengaruhi oleh nilai moral, spiritual, dan sosial. Konsumen Muslim dituntut untuk mengonsumsi barang dan jasa yang halal, thayyib, serta bermanfaat bagi diri sendiri maupun masyarakat luas. Konsep tanggung jawab sosial muncul karena setiap aktivitas konsumsi maupun produksi tidak boleh menimbulkan *mudarat* (kerugian) terhadap orang lain, lingkungan, maupun masyarakat.⁵²

a. Indikator Tanggung Jawab Sosial

4. Peduli Produk Halal :

Pelaku UMKM yang peduli produk halal tidak hanya memperhatikan aspek kehalalan produk, tetapi juga memperhatikan dampak lingkungan.

⁵⁰ Ika Yunia Fauzia, *Etika Bisnis Islam Era 5.0* (Jakarta: Rajawali Pers, 2022), 145.

⁵¹ Hadi, Nur. “*Corporate Social Responsibility Edisi Pertama: Graha Ilmu*.” Yogyakarta. Kusumawati, Citra, 2011, 56

⁵² Muhammad Muflih, *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2006), 34–45.

5. Pengembangan sertifikasi halal:

Pelaku UMKM yang memiliki sertifikasi halal dapat mengembangkan kegiatan sosial yang positif, seperti memberikan pelatihan keterampilan, bantuan modal, atau program pemberdayaan ekonomi bagi masyarakat sekitar.

6. Komunikasi Transparan produk halal:

Pelaku UMKM yang memiliki produk halal dapat mengkomunikasikan kegiatan sosial yang positif melalui media sosial atau poster di lingkungan kerja.⁵³

b. Tujuan dan Manfaat Tanggung Jawab Sosial atau Corporate Social Responsibility (CSR)

Penerapan CSR menurut beberapa pihak, baik itu pelaku usaha maupun kalangan akademisi dapat memberi manfaat jangka panjang terhadap suatu perusahaan yang menerapkannya. Walaupun penerapan CSR memerlukan biaya yang tidak sedikit, secara empiris penerapan CSR ternyata memiliki manfaat dalam profitabilitas perusahaan. Kemudian secara teoretis, penerapan CSR juga memiliki manfaat yang tidak hanya meningkatkan profitabilitas perusahaan. Menurut Lako kemauan baik, komitmen dan kepedulian dunia usaha untuk menyisihkan dana untuk aktivitas CSR secara berkelanjutan akan mendatangkan manfaat bagi dunia bisnis itu sendiri, yaitu:

⁵³ Suryanto, T., & Hadiwidjaja, R. (2018). *Corporate Social Responsibility: Konsep, Teori dan Implementasi di Indonesia*. Yogyakarta: Deepublish.

1. Sebagai investasi sosial yang menjadi sumber keunggulan kompetitif perusahaan dalam jangka panjang.
2. Memperkokoh profitabilitas dan kinerja keuangan perusahaan.
3. Meningkatnya akuntabilitas dan apresiasi positif dari komunitas investor, kreditor, pemasok, dan konsumen.
4. Meningkatnya komitmen, etos kerja, efisiensi, dan produktivitas karyawan.
5. Menurunnya kerentanan gejolak sosial dan resistensi dari komunitas sekitarnya karena diperhatikan dan dihargai perusahaan.
6. Meningkatnya reputasi, goodwill dan nilai perusahaan dalam jangka panjang.⁵⁴

Selain daripada enam poin tersebut, manfaat-manfaat penerapan CSR juga diuraikan oleh Branco yang membagi dua manfaat CSR bila dikaitkan dengan keunggulan kompetitif dari sebuah perusahaan, yaitu sisi internal dan sisi eksternal. Manfaat dari sisi internal yang dimaksud antara lain sebagai berikut:⁵⁵

1. Pengembangan aktivitas yang berkaitan dengan sumber daya manusia.
2. Adanya pencegahan polusi dan reorganisasi pengelolaan proses produksi dan aliran bahan baku, serta hubungan dengan supplier yang berjalan dengan baik.

⁵⁴ Lako, A. *Dekonstruksi CSR dan Reformasi Paradigma Bisnis & Akuntansi*. Jakarta: Erlangga, (2011), 119

⁵⁵ Branco, dkk, “*Corporate Social Responsibility: Prinsip, Implementasi dan Studi Kasus di Indonesia*.” Jakarta: Universitas Bina Nusantara, (2011).

3. Menciptakan budaya perusahaan, kapabilitas sumber daya manusia, dan organisasi yang baik.
4. Kinerja keuangan yang baik.

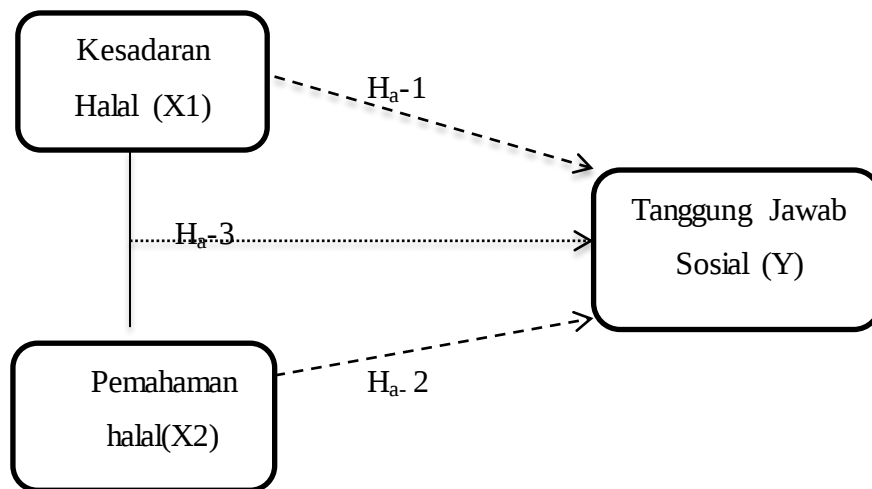
Sedangkan manfaat – manfaat dari eksternal yang dimaksud ialah sebagai berikut:

1. Penerapan CSR akan meningkatkan reputasi perusahaan sebagai badan yang mengemban dengan baik pertanggungjawaban secara sosial.
2. CSR merupakan diferensiasi produk yang baik. Sebuah produk yang memenuhi persyaratan – persyaratan ramah lingkungan dan merupakan hasil dari perusahaan yang bertanggung jawab secara sosial.
3. Melaksanakan CSR dan membuka kegiatan CSR itu secara publik merupakan intrunment untuk komunikasi yang baik dengan khalaayak.
4. Kontribusi CSR terhadap kinerja perusahaan pun dapat terwujud dalam dua bentuk. Pertama, dampak positif yang timbul sebagai insentif (rewards) atas tingah laku positif perusahaan. Kedua, kemampuan perusahaan untuk mencegah munculnya konsekuensi dari Tindakan yang buruk atau dikenal sebagai “jaring pengaman” atau safety nets bagi perusahaan.

Dari uraian – uraian tersebut, diketahui bahwa penerapan CSR dapat mendatangkan manfaat kepada perusahaan tidak hanya manfaat ekonomis, tetapi juga manfaat moril bagi perusahaan yang menerapkan CSR.

B. Kerangka Analisis

Gambar 2.1
Kerangka Analisis



Kerangka pemikiran diatas menunjukan dalam penelitian ini memiliki variabel X (independen) yang berpengaruh terhadap variabel Y (dependen). Dimana dalam penelitian ini dapat diketahui seberapa besar pengaruh kesadaran (X1) pemahaman (X2) terhadap sertifikasi halal (Y).

C. Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara atas suatu permasalahan penelitian. Menurut F.N. Kellinger hipotesis adalah simpulan sementara atau preposisi tentatif tentang hubungan antara dua variabel atau lebih. Dengan demikian suatu hipotesis merupakan suatu preposisi yang dinyatakan dalam bentuk yang dapat diuji dan meramalkan suatu hubungan tertentu antara dua variabel.⁵⁶

Pada penelitian ini yang berjudul “Pengaruh Kesadaran Dan Pemahaman Sertifikasi Halal Terhadap Tanggung Jawab Sosial Pelaku UMKM” Variabel kesadaran dan pemahaman merupakan variabel Independen atau variabel yang mempengaruhi variabel bebas, sedangkan Tanggung jawab sosial merupakan variabel dependen atau terikat. Penelitian ini menghubungkan dua variabel independen dan dependen. Hipotesis adalah pernyataan atau tuduhan bahwa sementara masalah penelitian yang kebenarannya masih lemah/belum tentu benar sehingga harus diuji secara empiris.

1. Kesadaran Srtifikasi halal terhadap tanggung jawab sosial pelaku UMKM

Kesadaran halal merupakan tingkat pengetahuan dan pemahaman tentang pentingnya prinsip halal dalam konsumsi produk sesuai syariat Islam. Kesadaran ini dapat dipengaruhi oleh sikap positif dan persepsi yang mendukung, serta proses mendapatkan

⁵⁶ Ridhahani,” *Metodologi Penelitian Dasar*”(Pascasarjana Universitas Islam Negeri Antasari 2020), 47

informasi tentang apa yang diperbolehkan bagi muslim untuk dikonsumsi dan digunakan. Dengan demikian, kesadaran halal menjadi penting dalam meningkatkan pemahaman dan perilaku konsumen muslim terhadap produk halal.

Hipotesis pada penelitian ini juga didukung oleh Endang Raino Wirjono, *Tingkat Kesadaran Pelaku Usaha dalam Implementasi Pertanggung Jawaban Sosial (Corporate Social Responsibility)*⁵⁷

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat kesadaran pelaku usaha dalam mengimplementasikan CSR terhadap lingkungan sudah tergolong cukup, dengan realisasi hanya sekitar 67,5% dari total indikator yang seharusnya diterapkan. Berdasarkan penelitian tersebut, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H1: Adanya pengaruh kesadaran sertifikasi halal berpengaruh positif dan signifikansi terhadap tanggung jawab sosial pelaku UMKM.

2. Pemahaman Srtifikasi halal terhadap tanggung jawab sosial pelaku UMKM

Pemahaman adalah kemampuan untuk mengerti dan memahami sesuatu secara mendalam, tidak hanya menghafal secara verbalitas tetapi juga memahami konsep dan maknanya. Pemahaman merupakan jenjang kemampuan berpikir yang lebih tinggi dari ingatan dan hafalan, dan melibatkan proses belajar dan berpikir untuk

⁵⁷ Endang Raino Wirjono, (2012) "*Tingkat Kesadaran Pelaku Usaha dalam Implementasi Pertanggungjawaban Sosial (Corporate Social Responsibility)*" Jurnal Unissula Vol. 1 No. 1. 201-213

memahami arti dan konsep dari suatu masalah atau fakta. Dalam konteks ajaran Islam, pemahaman konsep dan prinsip sangat penting untuk meningkatkan pengetahuan dan pengalaman dalam beragama.

Hipotesis pada penelitian ini juga didukung oleh Suganda, AR, Ginantaka, A., dan Delfitriani menganalisis dalam penelitiannya yang berjudul “Analisis Pemahaman Masyarakat Terhadap Kewajiban Sertifikasi Halal pada Produk Makanan dan Minuman Skala UMK di Kabupaten Sukabumi” menyatakan bahwa sebagian besar memiliki pemahaman positif tentang sertifikasi halal terhadap tanggung jawab sosial pelaku UMK.⁵⁸ Berdasarkan penelitian tersebut, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H2: Adanya pemahaman sertifikasi halal berpengaruh positif dan signifikansi terhadap tanggung jawab sosial pelaku UMKM

3. Pengaruh Kesadaran Halal Dan Pemahaman Srtifikasi halal terhadap tanggung jawab sosial pelaku UMKM

Sertifikasi halal merupakan hasil dari kombinasi antara kesadaran dan pemahaman yang baik tentang pentingnya prinsip halal dalam produksi dan konsumsi. Kesadaran yang tinggi tentang nilai-nilai halal dan pemahaman yang mendalam tentang proses sertifikasi halal dapat mendorong individu atau organisasi untuk memperoleh sertifikasi halal. Dengan demikian, kesadaran dan pemahaman yang baik tentang sertifikasi halal dapat meningkatkan kepercayaan

⁵⁸ Suganda, AR, Dkk. Analisis Pemahaman Masyarakat Terhadap Kewajiban Sertifikasi Halal Pada Produk Makanan Dan Minuman Skala UMK Di Kabupaten Sukabumi. *Jurnal Ilmiah Pangan Halal* ,Journal 6 (2) 2024, 13–34. <https://doi.org/10.30997/Jiph.V6i2.15627>

konsumen dan meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan. Oleh karena itu, kombinasi antara kesadaran dan pemahaman merupakan faktor kunci dalam memperoleh sertifikasi halal yang efektif.

Hipotesis pada penelitian ini juga didukung oleh Dini Syahadatina menganalisis dalam penelitiannya yang berjudul “Analisis tingkat pengetahuan dan kesadaran usaha mikro dan kecil terkait sertifikasi halal (studi pada pelaku usaha kuliner di kabupaten sumenep)” menyatakan bahwa hasil penelitiannya Tingkat Pengetahuan terkait sertifikasi halal berada pada mengaplikasikan. Artinya, UMK pelaku usaha kuliner telah menerapkan sertifikat halal pada produk yang dijual. Pada posisi ini pengetahuan UMK terkait sertifikasi halal tergolong sedang. Sedangkan kesadaran UMK tentang sertifikasi halal cukup rendah dikarenakan sebanyak 46% belum mendaftarkan atau memiliki sertifikasi halal, padahal UMK yang usahanya terdaftar di kantor disperindag secara aktif mendapatkan informasi terkait sertifikasi halal dan juga karena UMK memiliki perspektif bahwa tanpa memiliki sertifikasi halal, produk yang dihasilkan telah terjamin kehalalannya.⁵⁹

H3: Adanya pengaruh kesadaran dan pemahaman sertifikasi halal secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap tanggung jawab sosial pelaku UMKM.

⁵⁹ Dini Syahadatina “ *Analisis Tingkat Pengetahuan Dan Kesadaran Usaha Mikro Dan Kecil Terkait Sertifikasi Halal (Studi Pada Pelaku Usaha Kuliner Di Kabupaten Sumenep)* Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang 2023

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Menurut siyoto dan sodik penelitian kuantitatif adalah penelitian ilmiah yang sistematis terhadap bagian-bagian dan fenomena serta hubungan-hubungannya. Tujuan penelitian kuantitatif adalah mengembangkan dan menggunakan model matematis, teori dan/atau hipotesis yang berkaitan dengan fenomena alam. Proses pengukuran adalah bagian krusial dalam penelitian kuantitatif. Hal ini memberikan gambaran atau jawaban akan hubungan yang fundamental dari hubungan kuantitatif.⁶⁰ Dalam penelitian ini jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian korelasional. Menurut Arikunto mengatakan bahwa penelitian korelasi adalah penelitian yang dilakukan oleh peneliti untuk mengetahui tingkat hubungan antara dua variabel atau lebih, tanpa melakukan perubahan, tambahan atau manipulasi terhadap data yang memang sudah ada.⁶¹

Metode Korelasional merupakan salah satu dari macam-macam metode penelitian kuantitatif yang digunakan dalam evaluasi. Terutama untuk mendeteksi sejauh mana variasi pada suatu faktor berkaitan dengan

⁶⁰ Hardani, dkk “*Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*” CV. Pustaka Ilmu Group Yogyakarta 2020, 242

⁶¹ Itsna Oktaviyanti Korelasi Antara Hasil Tes Lisan Dengan Hasil Tes Tertulis Pada Mahasiswa Pgsd Unram Jurnal Ilmu Pendidikan Vol 1 No 1 Juni 2019, 3
DOI: <https://doi.org/10.33366/Ilg.V2i1.1514>

variasi pada satu atau lebih faktor lain berdasarkan koefesien korelasi. Macam-macam metode penelitian kuantitatif seperti korelasional adalah penelitian dengan tujuan untuk mendeteksi tingkat kaitan variasi-variasi yang ada dalam suatu faktor dengan variasi-variasi dalam faktor yang lain dengan berdasarkan pada koefisien korelasi.

B. Tempat Dan Waktu Penelitian

Lokasi yang digunakan untuk memperoleh data dalam pelaksanaan penelitian ini terhadap UMKM dikecamatan Curup Selatan kabupaten Rejang lebong. Waktu peneletian ini dilaksanakan mulai Oktober 2024 hingga saat ini.

C. Jenis data dan Sumber Data

Sumber data dalam penelitian kuantitatif berupa angka dan data yang dapat diukur dan dihitung secara. Jenis data diklasifikasikan menjadi dua macam, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber pertama, yakni berupa pandangan, perilaku atau keterangan pelaku UMKM. Sedangkan data sekunder adalah data dalam tingkatan level kedua, yang telah disalin dari sumber pertama, mencakup dokumen-dokumen resmi, buku-buku, hasil-hasil penelitian yang berwujud laporan, buku harian dan sebagainya.

Mengacu pada pendapat di atas, maka sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu berupa sumber data primer dan sekunder. Dengan demikian dua sumber data tersebut dapat dilihat pada penjelasan di bawah ini, yaitu:

- a) Data primer pada penelitian ini bersumber pada informasi yang diberikan oleh narasumber, (Pelaku UMKM) di usaha makanan dan minuman.
- b) Bahan data sekunder, meliputi buku-buku, artikel, jurnal, liputan berita yang terkait dan relevan dengan tema penelitian, yakni tentang kewajiban sertifikasi halal.

D. Populasi dan sampel

1. Populasi

Populasi adalah himpunan dari semua pengukuran, individu atau objek yang sedang diselidiki. Oleh karena itu, dalam statistik, populasi tidak terbatas hanya pada sekelompok atau kumpulan orang, tetapi mencakup semua hitungan, kualitas atau ukuran yang menjadi fokus dari penelitian.⁶² Sehingga populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelaku UMKM yang di Curup Selatan.

Kriteria kriteria UMKM makanan dan minuman sebagai berikut :

Tabel 3.1 Kriteria UMKM

NO	Keterangan
1.	UMKM berlokasi terletak pada Kecamatan Curup Selatan
2.	UMKM dengan jenis usaha makanan dan minuman yang tidak berisiko
3.	UMKM yang memiliki produk yang berpotensi untuk disertifikasi halal

⁶² Muhammad Darwin Dkk, *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif* (Bandung:CV.Media Sains Indonesia, 2021), 152.

2. Sampel

Sampel menurut Priyono karena sampel terdiri dari jumlah populasi dan karakteristiknya. Jika populasi besar dan peneliti tidak dapat mempelajari semua aspek populasi, seperti karena keterbatasan dana, tenaga, atau waktu, peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut.⁶³ Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah teknik *non probability sampling*. Penelitian ini menggunakan *Random sampling*, yaitu teknik penentuan sampel yang mempertimbangkan beberapa kriteria untuk menentukan jumlah sampel yang akan diteliti. Sampel dalam penelitian ini yang berjumlah 43 pelaku UMKM.⁶⁴

E. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat ukur yang digunakan untuk mengumpulkan data dari objek penelitian instrumen dalam penelitian kuantitatif sangat berpengaruh karena dengan menggunakan instrumen yang tepat akan dapat mengukur variabel yang akan diamati oleh peneliti penggunaan instrumen penelitian yang tepat akan menghasilkan data yang bersifat *reliability* memberikan hasil pengukuran yang konsisten jika diulangi *validity* ketetapan instrumen dalam mengukur apa yang diteliti dan *sensitivity* kemampuan instrumen dalam memberikan tanggapan pada perubahan variabel sehingga nantinya hasil penelitian secara ilmuwan

⁶³Hardani, dkk “*Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*” (CV. Pustaka Ilmu Group Yogyakarta 2020), 242

⁶⁴ Riyanto Hatmawan, *Metode Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, Dan Eksperimen*. (Sleman: Deepublish, 2020), 67.

dapat dipertanggung jawabkan.⁶⁵ Berdasarkan pandangan beberapa ahli di atas dapat peneliti simpulkan instrumen penelitian merupakan alat bantu yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan informasi-informasi yang berbentuk kuantitatif tentang variabel yang diteliti.

Instrument yang digunakan untuk mengukur variabel penelitian ini dengan menggunakan Skala Likert 5 poin. Skala likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang suatu objek atau fenomena.

Tabel 3.2

Skala Likert

No	Pernyataan	Skor
1.	Sangat Tidak Setuju	1
2.	Tidak Setuju	2
3	Cukup Setuju	3
4.	Setuju	4
5.	Sangat Setuju	5

Sumber: Skala Likert

F. Metode Pengumpulan Data

Kualitas pengumpulan data berkenaan dengan cara-cara yang digunakan untuk mengumpulkan data. Dengan perkataan lain, untuk menjaring data yang dibutuhkan dalam penelitian ini, penulis menggunakan beberapa metode dalam mengumpulkan data, yaitu:

⁶⁵ Abdullah Karimudin , “*Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Yayasan Muhammad Zaini 2022), 57

1. Angket/kuesioner

Angket/kuesioner Adalah teknik pengumpulan data dengan cara peneliti memberikan daftar pertanyaan atau pernyataan yang tertulis untuk dijawab oleh responden. Sedangkan skala yang dipakai pada kuisisioner dalam penelitian ini ialah skala likert, skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.⁶⁶

2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah arsip dan data yang di peroleh merupakan bukti unik dalam survey, yang tidak di temukan dalam interview dan observasi. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan (*life histories*), biografi peraturan, kebijakan, dokumen yang berbentuk gambar, misalnya foto, gambar hidup, sketsa dan lain-lain.⁶⁷

G. Teknik Analisis Data

Patton mengatakan bahwa analisis data adalah proses mengatur urutan data, mengorganisasikannya kedalam suatu pola, kategori dan satuan uraian dasar, sedangkan Suprayogo mendefinisikan analisis data adalah rangkaian kegiatan penelaahan, pengelompokan, sistematisasi,

⁶⁶ Hardani dkk, *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif* (Yogyakarta: Pustaka Ilmu, 2020).

⁶⁷ Abdullah Karimudin , “*Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Yayasan Muhammad Zaini 2022), 57

penafsiran, dan verifikasi data agar sebuah fenomena memiliki nilai sosial, akademis dan ilmiah.⁶⁸ Teknik analisis data yang diterapkan peneliti dalam penelitian ini adalah dengan cara mengumpulkan data lewat instrument yang telah dibahas pada poin instrumen pengumpulan data.

Data yang dianalisis dalam skripsi ini adalah data kuantitatif. Data kuantitatif diperoleh dari angket penilaian validator dan hasil angket yang dikorelasikan. Berikut disajikan rumus yang digunakan untuk analisis data :

1. Uji validitas

Uji validitas adalah prosedur yang dilakukan untuk mengukur sejauh mana instrumen atau alat ukur yang digunakan dalam penelitian dapat mengukur atau menilai apa yang seharusnya diukur. Dengan kata lain, uji validitas bertujuan untuk menunjukkan derajat ketepatan atau keakuratan antara data yang dikumpulkan dengan apa yang seharusnya diukur oleh instrumen tersebut.⁶⁹ Uji validitas adalah uji yang digunakan untuk memverifikasi validitas kuesioner. Peneliti menggunakan SPSS untuk mengetahui valid atau tidaknya setiap pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini. Dasar pengambilan atau penilaian untuk menilai penerapan item kuesioner adalah:

- a) Jika $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$ maka variabel tersebut valid.

⁶⁸ Ahmad Tanzeh, *Metodologi Penelitian Praktis*, (Yogyakarta: Teras, 2011), 69

⁶⁹ Joko Prambudi Dan Jati Imantoro, "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada UKM Maleo Lampung Timur," *Jurnal Manajemen Diversifikasi* 1, No. 3, (2021): 690., <https://doi.org/10.24127/Diversifikasi.V1i3.728>

- b) Jika r -hitung tidak positif serta r -hitung $< r$ -tabel maka variabel tersebut tidak valid
- c) Jika hasil menunjukkan nilai yang signifikan maka masing-masing indikator pertanyaan adalah valid.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas dalam penelitian kuantitatif tercermin dalam konsistensi dan stabilitas data. Data yang reliabelitas menunjukkan hasil yang serupa jika penelitian di ulang, baik oleh peneliti yang sama pada waktu yang berbeda, atau jika data tersebut diuji dengan metode yang berbeda namun setara.⁷⁰ Instrumen dikatakan reliabel jika hasil pengukuran yang dilakukan terhadap responden berbeda pada waktu yang berbeda tetap menunjukkan hasil yang stabil dan Nilai $\alpha \geq 0,60$ menunjukkan bahwa instrumen reliabel.

3. Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah terdapat variabel pengganggu atau residual yang memiliki distribusi normal dalam model regresi. ⁷¹Dalam penelitian ini uji normalitas menggunakan uji statistik *non-parametrik KolmogorovSmirnov (K-S)* dengan kriteria:

- 1) Jika nilai Asymp. Sig. (2-tailed) $\geq 0,05$ data berdistribusi normal.

⁷⁰ Rokhmad Slamet & Sri Wahyuningsih, "Validitas Dan Reliabilitas Terhadap Instrumen Kepuasan Kerja," *Jurna Manajemen & Bisnis*, 2022, 51.

⁷¹ Muhammad, *Metodelogi Penelitian Ekonomi Islam* (Jakarta: Rajawali Pers, 2018), 157.

2) Jika nilai Asymp. Sig. (2-tailed) $\leq 0,05$ data tidak berdistribusi normal.

b) Uji Multikolinearitas

Multikolonearitas adalah situasi dimana terdapat korelasi variabelvariabel bebas di antara satu dengan yang lainnya. Masalah multikolonearitas yang serius dapat mengakibatkan berubahnya tanda dari parameter estimasi, Pedoman suatu model Regresi yang bebas multikol adalah mempunyai nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) < 10 dan mempunyai angka Tolerance $> 0,10$.⁷²

c) Uji heterokedastistas

Heteroskedastisitas terjadi apabila varian dari variabel pengganggu tidak sama untuk semua observasi, akibat yang timbul apabila terjadi heteroskedastisitas adalah penaksir tidak bisa tetapi tidak efisien lagi baik dalam sampel besar maupun sampel kecil, serta uji t-test dan F-test akan menyebabkan kesimpulan yang salah. Dalam penelitian ini, uji heteroskedastisitas menggunakan Uji Glejser. Uji Glejser merupakan suatu uji yang dilakukan dengan meregres nilai absolut residual terhadap variabel independen. Heteroskedastisitas akan terjadi apabila nilai signifikannya $< 5\%$.

⁷² Widarjono, *Analisis Regresi Dengan SPSS* (Jakarta: UPP STIM YKPN, 2018), 57

4. Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda yang digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

Persamaan regresi linear berganda dirumuskan dengan :

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

Keterangan :

Y : Tanggung jawab sosial

a : Konstanta b = Koefisien Regresi

X₁ : Kesadaran

X₂ : Pemahaman

E : Error

5. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis digunakan untuk menguji adanya pengaruh pengetahuan dan promosi terhadap minat masyarakat bertransaksi di bank syariah. Pengujian dilakukan secara parsial dengan menggunakan Uji t dan secara simultan Uji F. yang signifikan antara variabel-variabel independen dengan variabel dependen.⁷³

1) Uji Koefisien Regresi Parsial (Uji T)

Pada pengujian secara parsial ini digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh masing masing atribut terhadap minat masyarakat. Rumus t hitung pada analisis regresi adalah:

⁷³ Darma, Budi, *Statistika Penelitian Menggunakan Spss. 1st Ed. 1*, Jakarta: Guepedia, 2021,45

Keterangan :

r : Koefisien korelasi parsial

k : Jumlah variabel independen

n : Jumlah data atau kasus.

2) Uji Koefisien Regresi Simultan (Uji F)

Uji F berfungsi untuk menguji apakah populasi tempat sampel diambil memiliki korelasi multiple (R nol) atau apakah terdapat sebuah relasi. Dalam penelitian ini Uji F atau uji simultan digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen yang berupa (kesadaran dan pemahaman) secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi variabel dependen.⁷⁴

Kriteria pengujian:

a) Hipotesis diterima jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$

b) Hipotesis ditolak jika $F_{hitung} > R^2/k$

3) Uji koefisien Determinasi (R²)

Nilai koefisien ini berkisar antara nol hingga satu semakin tinggi nilainya, semakin baik kemampuan model regresi tersebut.⁷⁵

Untuk menentukan nilai koefisien determinasi dinyatakan dengan nilai adjusted R Square. Adapun rumus koefisien determinasi adalah: $R^2 = (r)^2 \times 100\%$.⁷⁶

⁷⁴ Sujarwen, V. Wiratna, Yogyakarta : Pustaka Baru Press, (2015), 154.

⁷⁵ Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2018), 158.

⁷⁶ Dergibson Siagian Sugiarto, *Metode Statistika Untuk Bisnis Dan Ekonomi* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2016), 258

BAB IV

TEMUAN PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di sektor kuliner yang terdiri dari usaha makanan ringan, warung makan, dan kedai minuman. UMKM kuliner dipilih karena merupakan salah satu sektor usaha yang paling banyak diminati masyarakat serta memiliki peran penting dalam mendukung perekonomian lokal. Berdasarkan data responden, terdapat 43 pelaku usaha yang menjadi sampel penelitian, dengan komposisi 18 usaha makanan ringan (41,86%), 16 usaha warung makan (37,21%), dan 9 kedai minuman (20,94%). Dari segi karakteristik demografis, pelaku usaha didominasi oleh perempuan sebanyak 24 orang (55,81%) dibandingkan laki-laki sebanyak 19 orang (44,19%), yang menunjukkan bahwa perempuan memiliki peran besar dalam menggerakkan usaha kuliner. Sementara itu, jika dilihat dari riwayat pendidikan, mayoritas pelaku usaha merupakan lulusan SMA sebanyak 25 orang (58,14%), kemudian Diploma (D3) sebanyak 11 orang (25,58%), dan Sarjana (S1) sebanyak 7 orang (16,28%). Gambaran ini memperlihatkan bahwa UMKM kuliner dapat dijalankan oleh berbagai kalangan dengan latar belakang pendidikan yang beragam, dan lebih menekankan pada keterampilan serta pengalaman praktis dibandingkan tingkat pendidikan formal. Dengan demikian, objek penelitian ini mencerminkan kondisi nyata UMKM kuliner

yang berperan penting dalam memenuhi kebutuhan masyarakat sekaligus mendukung pertumbuhan ekonomi daerah.⁷⁷

B. Analisis Data Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kesadaran dan pemahaman pelaku UMKM terhadap urgensi dan manfaat sertifikasi halal di era digital. Responden pada penelitian ini adalah para UMKM yang bergerak di bidang makanan dan minuman pada wilayah kecamatan curup tengah Kabupaten Rejang Lebong. Data pada penelitian ini bersumber dari 43 responden dengan metode penyebaran angket/kuesioner secara langsung. Selain itu, karakteristik responden juga mencakup identitas diri, seperti bidang usaha dan jenis kelamin. Hasil analisis terhadap variabel-variabel tersebut telah disajikan dalam bentuk data tabulasi.

1. Bidang Usaha Responden

Pelaku UMKM berdasarkan jenis bidang usaha, dikelompokkan berdasarkan jenis usaha:

Tabel 4.1

Bidang Usaha Responden

Jenis Usaha	Frekuensi	Persentase
Makanan Ringan	18	41,86%
Warung Makan	16	37,209%
Kedau Minuman	9	20,94%

Sumber : Data Responden, data yang diolah SPSS 26

⁷⁷ Admin HDI, "Jumlah Penerbitan Sertifikat Halal Menurut Skala Usaha," *Publick, Satudata.Kemenag.Go.Id (blog)*, juni 2025, <https://satudata.kemenag.go.id/dataset/detail/jumlah-penerbitan-sertifikat-halal-menurut-skala-usaha>.

Berdasarkan pada tabel 4.1 Berdasarkan hasil penelitian, jenis usaha yang paling banyak digeluti oleh responden adalah usaha makanan ringan dengan frekuensi 18 atau sebesar 41,86%, yang meliputi produk seperti keripik singkong, keripik pisang, kue kering, gorengan, serta jajanan tradisional lainnya. Selanjutnya, usaha warung makan menempati posisi kedua dengan jumlah 16 usaha atau 37,21%, yang umumnya menyediakan menu nasi campur, lauk pauk, sayuran, dan makanan rumahan yang dikonsumsi sehari-hari. Sedangkan jenis usaha yang paling sedikit adalah kedai minuman, yakni sebanyak 9 usaha atau 20,94%, yang biasanya menjual minuman kopi, teh, jus buah, serta minuman kekinian berbasis susu dan boba.

2. Jenis Kelamin

Responden menurut hasil dari 43 survei, karakteristik responden berdasarkan jenis kelaminnya adalah sebagai berikut:

Tabel 4.2

Jenis kelamin Responden

Jenis kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-laki	19	46,51%
Perempuan	24	53,49%

Sumber : Data Responden, data yang diolah SPSS 26

Berdasarkan tabel 4.2, jumlah responden perempuan lebih banyak yaitu sebanyak 24 orang, sedangkan laki-laki berjumlah 19 orang.

Hal ini menunjukkan bahwa perempuan lebih dominan dalam menjalankan usaha, dengan persentase sekitar 55,81% dibandingkan laki-laki yang sebesar 44,19%. Temuan ini mengindikasikan bahwa perempuan memiliki peran yang signifikan dalam sektor usaha, khususnya UMKM, karena pada umumnya usaha kecil seperti makanan ringan, warung makan, maupun kedai minuman dapat dijalankan dari rumah sehingga lebih fleksibel dengan peran domestik mereka.

3. Riwayat Pendidikan Responden

Riwayat pendidikan responden menurut hasil dari 43 survei, adalah sebagai berikut:

Tabel 4.3

Riwayat Pendidikan Responden

Pendidikan	Frekuensi	Persentase
Sarjana (S1)	7	16,28%.
Diploma(D3)	11	25,58%,
SMA	25	58,14%,

Sumber : Data Responden, data yang diolah SPSS 26

Berdasarkan tabel 4.3 tingkat pendidikan responden paling banyak adalah SMA sebanyak 25 orang atau sekitar 58,14%, kemudian Diploma (D3) sebanyak 11 orang atau 25,58%, dan yang paling sedikit adalah Sarjana (S1) sebanyak 7 orang atau 16,28%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas pelaku usaha berasal dari lulusan SMA yang kemungkinan besar lebih memilih untuk langsung terjun ke dunia

usaha dibanding melanjutkan pendidikan ke perguruan tinggi. Sementara itu, responden dengan latar belakang Diploma maupun Sarjana jumlahnya lebih sedikit, yang dapat mencerminkan bahwa kelompok ini mungkin lebih banyak terserap ke sektor formal atau bekerja di instansi tertentu, meskipun sebagian tetap memilih jalur wirausaha. Temuan ini mengindikasikan bahwa sektor UMKM, khususnya di bidang kuliner, tidak mensyaratkan tingkat pendidikan tinggi, melainkan lebih menekankan pada keterampilan, kreativitas, dan pengalaman dalam menjalankan usaha.

C. Hasil Uji Penelitian

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah analisis pengelolaan data untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu angket dalam penelitian. Dapat dikatakan valid apabila pertanyaan mampu mengungkapkan apa yang diukur pada angket tersebut. Kriteria dalam penelitian uji validitas apabila taraf signifikan (α) = 0,05 jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka angket sebagai alat pengukur dikatakan valid, sedangkan apabila taraf signifikan (α) = 0,05 jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka angket sebagai alat pengukur dikatakan tidak valid.⁷⁸ Setiap uji validitas variabel kesadaran, pemahaman dan Tanggung Jawab dinyatakan dalam bentuk tabel sebagai berikut :

⁷⁸ Syafrida Hafni Sahir, *Metode Penelitian*, ed. Try Koryati, 1st ed (Jawa Timur: KBM Indonesia, 2022): 32

Tabel 4.3

Hasil Uji Validitas Variabel X1 (Kesadaran)

Butir Pernyataan Variabel X1 Kesadaran	R Tabel (df-2) (43 -2 = 41)	Pearson Correlation	Keputusan
X1.1	0.248	0.637	Valid
X1.2	0.248	0.638	Valid
X1.3	0.248	0.744	Valid
X1.4	0.248	0.594	Valid
X1.5	0.248	0.743	Valid
X1.6	0.248	0.761	Valid
X1.7	0.248	0.796	Valid
X1.8	0.248	0.799	Valid
X1.9	0.248	0.747	Valid

Sumber :Data yang diolah SPSS 26

Berdasarkan tabel 4.3 diatas menunjukkan bahwa hasil pengujian validitas kesadaran (X1) dari item kuesioner ditunjukkan dalam tabel 4.3: dari 9 pernyataan, setiap satuannya dinyatakan valid dengan signifikansi di bawah 5% atau 0,05 dan nilai *r tabel* dari 43 peserta adalah lebih besar dari 0,258 sehingga nilai *r hitung* lebih besar dari *r tabel*.

Tabel 4.4
Hasil Uji Validitas Variabel X2 (Pemahaman)

Butir Pernyataan Variabel X2 Pemahaman	R Tabel (df-2) (43 -2 = 41)	Pearson Correlation	Keputusan
X2.1	0.248	0.648	Valid
X2.2	0.248	0.713	Valid
X2.3	0.248	0.679	Valid
X2.4	0.248	0.631	Valid
X2.5	0.248	0.733	Valid
X2.6	0.248	0.757	Valid
X2.7	0.248	0.744	Valid
X2.8	0.248	0.830	Valid
X2.9	0.248	0.716	Valid

Sumber : Data yang diolah SPSS 26

Berdasarkan tabel 4.4 diatas menunjukkan bahwa semua item pertanyaan yang ada dalam variabel X2 atau variabel pemahaman dengan 9 pernyataan dinyatakan valid, karena nilai *rhitung* lebih besar dari pada nilai *rtabel* dengan signifikan di bawah 5% atau 0,05 dan nilai *r tabel* dari 43 peserta adalah lebih besar dari 0,248 sehingga nilai *r hitung* lebih besar dari *r tabel*.

Tabel 4.5

Hasil Uji Validitas Variabel Y(Tanggung Jawab Sosial)

Butir Pernyataan Variabel Y Tanggung Jawab Sosial	R Tabel (df- 2) (43 -2 = 41)	Pearson Correlation	Keputusan
Y.1	0.248	0.645	Valid
Y.2	0.248	0.711	Valid
Y.3	0.248	0.685	Valid
Y.4	0.248	0.638	Valid
Y.5	0.248	0.722	Valid
Y.6	0.248	0.754	Valid
Y.7	0.248	0.740	Valid
Y.8	0.248	0.828	Valid
Y.9	0.248	0.712	Valid

Sumber : Data yang diolah SPSS 26

Berdasarkan tabel 4.5 diatas menunjukkan bahwa semua item pertanyaan yang ada dalam variabel Y atau variabel Tanggung jawab sosial dengan 9 pernyataan dinyatakan valid, karena nilai *rhitung* lebih besar dari pada nilai *rtabel* dengan signifikan di bawah 5% atau 0,05 dan nilai *r tabel* dari 43 peserta adalah lebih besar dari 0,248 sehingga nilai *rhitung* lebih besar dari *r tabel*.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan tingkat konsistensi dan stabilitas alat ukur atau instrumen penelitian dalam mengukur suatu konsep atau konstruk. Kemudian untuk pengujian reliabilitas menggunakan *Cronbach Alpha*. Menurut Ghazali suatu variabel dapat dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* (α) $> 0,60$.⁷⁹ Hasil uji reliabilitas yang diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.6
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Jumlah item	Keterangan
Kesadaran	0,774 $> 0,60$	9	Reliabel
Pemahaman	0,773 $> 0,60$	9	Reliabel
Tanggung jawab sosial	0,749 $> 0,60$	9	Reliabel

Sumber : Data yang diolah SPSS 26

Dari keterangan tabel 4.6 dapat diketahui bahwa hasil uji reliabilitas memperlihatkan semua variabel nilai Cronbach's Alpha $> 0,60$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kesadaran, variabel pemahaman dan variabel Tanggung Jawab Sosial adalah reliabel atau dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat ukur variabel.

⁷⁹ Aldo Gunawan Andres, "Pengaruh Kompensasi dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT Gesit Nusa Tangguh," Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Vol. 16, no. 1 (2016): 3, <http://ejournal.ukrida.ac.id/ojs/index.php/IMB/article/view/1374>.

3. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah terdapat variabel pengganggu atau residual yang memiliki distribusi normal dalam model regresi.⁸⁰ Di dalam penelitian ini pengujian normalitas data menggunakan statistik *Kolmogorov-Sminov* dengan ketentuan sebagai berikut:

- a) Jika nilai Asymp. Sig. (2-tailed) $\geq 0,05$ data berdistribusi normal.
- b) Jika nilai Asymp. Sig. (2-tailed) $\leq 0,05$ data tidak berdistribusi normal.

Hasil uji normalitas yang diperoleh dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.7

Hasil Uji Normalitas

Sig.	Ssymp. Sig. (2-Tailed)	Keterangan
0,05	0,200	Normal

Sumber :Output data SPSS 26

Berdasarkan hasil uji normalitas menunjukkan bahwa nilai *Kolmogorov-Smirnov* $0.200 > 0.05$ maka data yang di uji berdistribusi normal. Dengan demikian dapat disimpulkan

⁸⁰ Imam Ghozali, Aplikasi Aalisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19 (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011), 160

bahwa model regresi layak digunakan untuk memenuhi asumsi normalitas.

2) Uji Multikolonieritas

Tujuan uji multikolonieritas untuk menguji apakah ada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Jika terjadi korelasi maka dinamakan terdapat masalah multikolonieritas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen.⁸¹ Adapun hasil uji Multikolonieritas sebagai berikut:

Tabel 4.8

Hasil Uji Multikolonieritas

Variabel	Tolarance	VIF	Keterangan
X1	0.429	2.372	Tidak terjadi Multikolinieritas
X2	0.429	2.372	Tidak terjadi Multikolinieritas

Sumber :data yang diolah SPSS 26 2025

Interpretasi multikolinertitas antara variabel kesadaran (X1) dan Variabel pemahaman (X2) :

Hasil menunjukkan *P-tolerance* pada kedua variable indepedent > 0.100 ($0.429 > 0.100$) dan *ViF* < 10.00 ($2.372 < 10.00$) yang berarti uji Multikolinieritas di nyatakan berhasil

⁸¹ Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 19*, 105–106

dengan asumsi tidak adak gejala multikolineritas antara dua variabel independent tersebut.

3) Hasil Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dan residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varians dan residual dari suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap maka disebut homokedastisitas dan jika varians berbeda disebut heterokedastisitas. Model regresi yang baik tidak terjadi heterokedastisitas. Dalam penelitian ini uji heteroskedastisitas menggunakan Uji Glejser. Uji Glejser merupakan suatu uji yang dilakukan dengan meregres nilai absoulut residual terhadap variabel independen. Heteroskedastisitas akan terjadi apabila nilai signifikannya $< 5\%$.⁸²

Tabel 4.9

Hasil Uji Heterokedastisitas

Variabel	B (Koefisien)	Std.error	t-hitung	Sig.(p)	Ket
X1	-.057	.089	.629	.583	Tidak ada heterokedastisitas
X2	-.039	.068	.594	.529	Tidak ada heterokedastisitas

Sumber :Data yang diolah SPSS 26 2025

⁸² Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 19*, 139-143

Dasar pengambilan keputusan :

- 1) jika nilai Signifikansi $> 0,05$ maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas
- 2) jika nilai Signifikansi $< 0,05$ maka terjadi gejala heteroskedastisitas

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas data variable X_1 diketahui nilai Signifikansi $0.583 > 0,05$ maka variable X_1 tidak terjadi gejala heteroskedastisitas, serta data variable X_2 diketahui nilai Signifikansi $0.529 > 0,05$ maka variable X_2 tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

4. Uji Regresi Linear Berganda

Uji regresi linear berganda bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh variabel bebas yakni kesadaran (X_1) dan pemahaman (X_2) terhadap tanggung jawab sosial (Y). Serta untuk menguji hubungan atau pengaruh lebih dari satu variabel independen terhadap suatu variabel dependen.⁸³ Berikut dapat dilihat hasil regresi linear berganda:

⁸³ Varrendo Yonathan dan Tri Angreni, "Pengaruh Promosi di Aplikasi Youtube dan Variasi Produk Terhadap Minat Beli Konsumen". Jurnal Ekonomi dan Bisnis 1, No.1 (2021): 5.

Tabel 4.10
Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel	B (Koefisien)	Std.error	t-hitung	Sig.(p)	Ket
Konstanta	27.435	7.773	14.530	.000	Signifikan
X1	.469	.213	6.203	.000	Signifikan
X2	.388	.378	5.282	.000	Signifikan

Sumber :Data yang diolah SPSS 26 2025

Berdasarkan Tabel 4.10 maka dapat dijelaskan dengan model persamaan linier berganda dalam penelitian ini adalah:

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

$$Y = 42.596 + 0,184 + 0,315 + e$$

Berdasarkan persamaan rumus diatas, maka hasil uji regresi linier berganda dalam penelitian ini adalah :

- a. Nilai konstanta bernilai positif sebesar 27.435 artinya apabila variabel kesadaran (X1) dan pemahaman (X2) diasumsikan sama dengan bernilai nol atau tetap, maka tidak ada perubahan sertifikasi halal terhadap tanggung jawab sosial pelaku UMKM.
- b. Koefisien regresi variabel kesadaran (X1) bernilai positif sebesar 0,469 yang berarti setiap penambahan satuan variabel kesadaran maka akan meningkatkan nilai variabel kesadaran sebesar 46,9%.

- c. Koefisien regresi variabel pemahaman (X₂) bernilai positif sebesar 0,388 yang berarti setiap penambahan satuan variabel pemahaman maka akan meningkatkan nilai variabel pemahaman sebesar 38,8%.

5. Hasil Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis digunakan untuk menguji apakah variabel independen memiliki pengaruh parsial (individual) yang signifikan terhadap variabel dependen dalam suatu model regresi. Berikut adalah hasil pengujian yang dilakukan oleh peneliti menggunakan SPSS 26. Dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

a. Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Tujuan pengujian hipotesis secara parsial adalah untuk menilai apakah suatu variabel independen berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen. Untuk menguji hipotesis penelitian ini menggunakan *uji parsial* (uji t), uji t dapat dilakukan dengan membandingkan ataran nilai dari hasil uji T hitung dengan T tabel, jika setelah dilakukan pengujian uji t didapat hasil nilai T hitung > T tabel, maka hasil yang didapat memang terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai ttabel ditentukan berdasarkan rumus $df = n - k$, dimana n adalah jumlah responden dan k adalah jumlah

variabel dependen atau independen. Jadi, $df = 43 - 3 = 40$ maka nilai t tabel adalah 2,345.

Adapun pengujian yang dilakukan oleh peneliti menggunakan SPSS 26, hasil uji signifikansi parsial (Uji t) sebagai berikut:

Tabel 4.11

Uji Parsial(Uji t)

Variabel	t-hitung	t-tabel(df=43, $\alpha=0,5$)	Sig.	Keterangan
S X1	6.203	2,345	0,000	Signifikan
S X2	5.282	2,345	0,000	Signifikan

Sumber : Data yang diolah SPSS 26 2025

Dari tabel di atas dapat kita analisis sebagai berikut:

Pada tabel 4.11 diketahui nilai sig variabel kesadaran memiliki nilai t hitung (6.203) > t table (2,345). Dengan demikian, hipotesis yang dihasilkan yakni terdapat pengaruh antara kesadaran terhadap tanggung jawab sosial (**H1 Diterima**). Artinya terdapat pengaruh positif signifikan secara parsial variabel kesadaran terhadap variabel tanggung jawab sosial.

Pada tabel 4.11 diketahui nilai sig variabel pemahaman memiliki nilai t hitung (5.282) > t table (2,345). Dengan demikian, hipotesis yang dihasilkan yakni terdapat pengaruh

antara pemahaman terhadap sertifikasi halal (**H2 Diterima**).

Artinya terdapat pengaruh positif signifikan secara parsial variabel pemahaman terhadap variabel tanggung jawab sosial.

6. Hasil Uji F

Uji-F sendiri merupakan pengujian yang dilakukan untuk melihat apakah variabel independen mempunyai pengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap variabel dependen. Jika nilai signifikansinya $< 0,05$ maka variabel independen secara simultan mempengaruhi variabel dependen. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, begitu pula sebaliknya. F_{tabel} dapat dihitung menggunakan rumus $df_1 = k-1$ dan $df_2 = k-n$, dimana k adalah jumlah variabel dependen dan independen. Oleh karena itu, $df_1 = 43-3$ sehingga nilai f_{tabel} adalah :

Tabel 4.12

Hasil Uji F(Simultan)

F-hitung	F-tabel (df=39, $\alpha=0,5$)	Sig.	Ket
27.708	2.016	0,000	Signifikan

Sumber :data yang diolah SPSS 26 2025

Berdasarkan dari hasil regresi di atas dapat dilihat bahwa nilai F_{hitung} (27.708) $>$ nilai F_{table} (2.016), sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen. Selain itu, nilai signifikansi sebesar $0,000 <$ dari $0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel

kesadaran (X1) dan pemahaman (X2) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap tanggung jawab sosial (Y) dengan demikian **H3 diterima**.

7. Hasil Uji Determinasi (R²)

Uji Koefisien Determinasi (R²) bertujuan untuk mengetahui sejauh mana variabel independen mampu menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel dependen.⁸⁴ Koefisien determinasi ditampilkan dalam ringkasan model dan ditulis dalam bentuk R kuadrat (R²). Kapasitas variabel independen untuk mengubah variabel dependen menjadi sangat terbatas jika nilai R² rendah (sekitar 0), tetapi ketika nilai R² besar (sekitar 1), kapasitas variabel independen untuk memasukkan variasi ke dalam variabel dependen juga besar.

Tabel 4.13

Hasil Uji Koefisien determinasi (R²)

Variabel	R Square	Adjusted R Square	Ket
Tanggung jawab sosial	0.509	0.698	Model menjelaskan 69,8% variasi Y

Sumber :data yang diolah SPSS 26 2025

Dari output analisis di atas, didapat nilai adjusted R Square (Koefisien determinasi) sebesar 0,698 yang artinya pengaruh

⁸⁴ Nurul Farhana, dkk, *Penerepan Analisis Regresi Linier Berganda untuk Memodelkan Pemeringkatan Perguruan Tinggi di Medan*,”65.

variabel Independen kesadaran (X1) dan pemahaman (X2) terhadap Variabel dependen tanggung jawab sosial (Y) sebesar 69,8% yang artinya variabel independent (X) memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependet (Y). Sementara sisanya (100%-69,8%) 30,2% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

D. Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk melihat dan mengetahui pengaruh kesadaran dan pemahaman pelaku UMKM terhadap urgensi dan manfaat sertifikasi halal di era digital. Pembahasan masing-masing hipotesis adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh kesadaran sertifikasi halal terhadap tanggung jawab sosial pelaku UMKM.

Sertifikasi halal adalah proses yang harus dilewati oleh pemilik usaha untuk mendapatkan sertifikat halal dengan melewati beberapa tahap pemeriksaan dan pembuktian bahwa produknya sesuai standar halal.⁸⁵ Sertifikat halal diperlukan oleh UMKM untuk mencantumkan logo halal pada produknya, memudahkan konsumen Muslim memilih produk yang halal. Hal ini diamanatkan oleh UU No 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, yang mewajibkan produk yang masuk, beredar, dan diperdagangkan di

⁸⁵ Warto Samsuri, "Sertifikasi Halal Dan Implikasinya Bagi Bisnis Produk Halal Di Indonesia," *Al Maal : Journal of Islamic Economics and Banking*, 1, 2 (July 2020).

Indonesia bersertifikat halal. Kesadaran pelaku UMKM tentang sertifikasi halal sangat penting untuk meningkatkan kepercayaan konsumen dan daya saing produk. Namun, masih banyak pelaku UMKM yang belum memahami pentingnya sertifikasi halal dan manfaatnya. Oleh karena itu, perlu dilakukan pendidikan dan pelatihan tentang sertifikasi halal untuk meningkatkan kesadaran dan pemahaman pelaku UMKM.

Berdasarkan pengujian hipotesis pertama, nilai sig variabel kesadaran memiliki nilai t hitung $(6.203) > t$ table $(2,345)$. Dengan demikian, hipotesis yang dihasilkan yakni terdapat pengaruh antara kesadaran terhadap tanggung jawab sosial (**Ha Diterima**). Artinya terdapat pengaruh positif signifikan secara parsial variabel kesadaran terhadap variabel tanggung jawab sosial.

Hal ini juga dibuktikan dengan Penelitian yang dilakukan oleh Sinta Apriliana yang berjudul “Kesadaran halal pelaku usaha mikro kecil dan menengah berkaitan kepemilikan sertifikasi halal di iringmulyo metro timur” menyatakan bahwa kesadaran halal pelaku UMKM berpengaruh positif dan signifikan terhadap manfaat sertifikasi halal. Dengan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pelaku usaha sudah sadar akan sertifikasi halal. Para pelaku usaha menyadari bahwa memiliki sertifikasi halal bukan hanya formalitas, tetapi juga langkah strategis untuk

memperluas pasar dan memenuhi ekspektasi konsumen yang mengutamakan produk halal. Mereka percaya diri bahwa produk mereka telah memenuhi standar halal, baik dari segi bahan baku maupun proses produksi.⁸⁶

2. Pengaruh Pemahaman sertifikasi halal terhadap tanggung jawab sosial pelaku UMKM.

Pemahaman pelaku UMKM tentang sertifikasi halal dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan daya saing produk halal di pasar. Selain itu, sertifikasi halal juga dapat membantu meningkatkan kualitas produk dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Oleh karena itu, perlu dilakukan upaya untuk meningkatkan kesadaran dan pemahaman pelaku UMKM tentang sertifikasi halal dan manfaatnya bagi bisnis mereka.

Berdasarkan pengujian hipotesis kedua, nilai sig variabel pemahaman memiliki nilai t hitung (5.282) > t table (2,345). Dengan demikian, hipotesis yang dihasilkan yakni terdapat pengaruh antara pemahaman terhadap sertifikasi halal (H_a Diterima). Artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan secara parsial variabel pemahaman terhadap variabel tanggung jawab sosial. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Suganda, AR, Ginantaka, A., dan Delfitriani yang berjudul

⁸⁶ Sinta Apriliana “Kesadaran Halal Pelaku Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Berkaitan Kepemilikan Sertifikasi Halal Di Iringmulyo Metro Timur” Skripsi Universitas IAIN METRO 2024

“Analisis Pemahaman Masyarakat Terhadap Kewajiban Sertifikasi Halal pada Produk Makanan dan Minuman Skala UMK di Kabupaten Sukabumi” menyatakan bahwa sebagian besar pelaku UMK memiliki pemahaman positif tentang sertifikasi halal.⁸⁷

3. Pengaruh Kesadaran Dan Pemahaman sertifikasi halal terhadap tanggung jawab sosial pelaku UMKM.

Kesadaran dan pemahaman pelaku UMKM tentang sertifikasi halal memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja bisnis mereka. Dengan memiliki kesadaran dan pemahaman yang baik tentang sertifikasi halal, pelaku UMKM dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk mereka, sehingga meningkatkan daya saing produk di pasar. Selain itu, sertifikasi halal juga dapat membantu pelaku UMKM memperluas pasar dan meningkatkan kepercayaan diri mereka dalam menawarkan produk yang berkualitas dan memenuhi standar halal. Dengan demikian, kesadaran dan pemahaman tentang sertifikasi halal dapat menjadi kunci sukses bagi pelaku UMKM dalam meningkatkan kinerja bisnis mereka.

Berdasarkan pengujian secara simultan (Uji F), nilai F hitung (27.708) > nilai F table (2.016), sehingga dapat disimpulkan bahwa variable independen secara bersama-sama

⁸⁷ Suganda, AR, Dkk. Analisis Pemahaman Masyarakat Terhadap Kewajiban Sertifikasi Halal Pada Produk Makanan Dan Minuman Skala UMK Di Kabupaten Sukabumi. *Jurnal Ilmiah Pangan Halal*, Journal 6 (2) 2024, 13–34. <https://doi.org/10.30997/Jiph.V6i2.15627>

berpengaruh terhadap variable dependen. Selain itu, nilai signifikansi sebesar $0,000 < \text{dari } 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel kesadaran (X1) dan pemahaman (X2) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap tanggung jawab sosial (Y). Pada penelitian yang dilakukan oleh Dini syahadatina yang berjudul “Analisis tingkat pengetahuan dan kesadaran usaha mikro dan kecil terkait sertifikasi halal (studi pada pelaku usaha kuliner di kabupaten sumenep)” menyatakan bahwa hasil penelitian nya Tingkat Pengetahuan terkait sertifikasi halal berada pada mengaplikasikan. Artinya, UMK pelaku usaha kuliner telah menerapkan sertifikat halal pada produk yang dijual. Pada posisi ini pengetahuan UMK terkait sertifikasi halal tergolong sedang. Sedangkan kesadaran UMK tentang sertifikasi halal cukup rendah dikarenakan sebanyak 46% belum mendaftarkan atau memiliki sertifikasi halal, padahal UMK yang usahanya terdaftar di kantor disperindag secara aktif mendapatkan informasi terkait sertifikasi halal dan juga karena UMK memiliki perspektif bahwa tanpa memiliki sertifikasi halal, produk yang dihasilkan telah terjamin kehalalannya.⁸⁸

⁸⁸ Dini Syahadatina “ *Analisis Tingkat Pengetahuan Dan Kesadaran Usaha Mikro Dan Kecil Terkait Sertifikasi Halal (Studi Pada Pelaku Usaha Kuliner Di Kabupaten Sumenep)* Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang 2023

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan menggunakan software SPSS 26, mengenai pengaruh kesadaran dan pemahaman pelaku UMKM terhadap urgensi dan manfaat sertifikasi halal di era digital, maka kesimpulan yang dapat ditarik sebagai berikut:

1. Berdasarkan analisis data sebelumnya diketahui kesadaran (X1) terdapat pengaruh terhadap Tanggung jawab sosial (Y) dengan pengujian hipotesis pertama, nilai sig variabel kesadaran memiliki nilai t hitung (6.203) > t table (2,345). Dengan demikian, hipotesis yang dihasilkan yakni terdapat pengaruh antara kesadaran terhadap tanggung jawab sosial (**H1 Diterima**). Artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan secara parsial variabel kesadaran terhadap variabel tanggung jawab sosial. Dari pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa kesadaran berpengaruh terhadap tanggung jawab sosial.
2. Berdasarkan analisis data sebelumnya diketahui pemahaman (X2) terdapat pengaruh terhadap tanggung jawab sosial (Y) dengan pengujian hipotesis kedua, nilai sig variabel pemahaman memiliki nilai t hitung (5.282) > t table (2,345). Dengan demikian, hipotesis yang dihasilkan yakni terdapat pengaruh antara pemahaman sertifikasi halal terhadap tanggung jawab sosial pelaku UMKM (**H2 Diterima**). Artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan secara parsial variabel pemahaman

sertifikasi halal terhadap variabel tanggung jawab sosial dari pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa tanggung jawab sosial dapat dipengaruhi oleh pemahaman. Hal ini menggambarkan para responden dalam penelitian ini menganggap pemahaman sertifikasi halal sebagai alasan terjadinya tanggung jawab sosial.

3. Berdasarkan Pengujian secara simultan (Uji F), nilai F hitung (27.708) > nilai F table (2.016), sehingga dapat disimpulkan bahwa variable independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variable dependen. Selain itu, nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel kesadaran (X1) dan pemahaman (X2) secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap tanggung jawab sosial pelaku UMKM (Y).

B. Saran

1. Bagi Kementrian Agama

Diharapkan untuk lebih memberikan edukasi yang lebih kepada para UMKM terutama di bidang makanan dan minuman akan pentingnya sertifikasi halal pada produk yang mereka produksi dan distribusikan kepada para konsumen.

2. Bagi Dinas Perdagangan Koperasi dan UMK Rejang Lebong

Diharapkan lembaga terkait dapat melakukan pendataan dan pendampingan secara menyeluruh kepada para pelaku usaha di Rejang Lebong terutama yang bergerak di bidang kuliner.

3. Bagi LP3H IAIN Curup

Kegiatan edukasi halal dan monitoring terhadap para pelaku usaha makanan dan minuman dapat dilaksanakan tiap bulannya, guna memastikan kegiatan produksi dan distribusi sudah sesuai akan standar halal.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan untuk memperbanyak referensi yang digunakan dalam menentukan dan menambah variabel yang digunakan, serta diharapkan untuk menambah jumlah sampel agar memperoleh data lebih banyak dan informasi yang lebih akurat.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah Karimudin , “*Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Yayasan Muhammad Zaini 2022).
- Adiyanto & Amaniyah, “*Tingkat Kesadaran Sertifikat Halal Pelaku Umk Di Pulau Madura*” Akses: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, Vol. 18 No.2 (2023) Doi: <https://doi.org/10.30653/Ijma.202332>.
- Admin HDI, “*Jumlah Penerbitan Sertifikat Halal Menurut Skala Usaha*,” Publick, [Satudata.Kemenag.Go.Id](https://satudata.kemenag.go.id) (blog), juni 2025, [https://satudata.kemenag.go.id/dataset/detail /jumlah-penerbitan-sertifikat-halal-menurut-skala-usaha](https://satudata.kemenag.go.id/dataset/detail/jumlah-penerbitan-sertifikat-halal-menurut-skala-usaha).
- Aff Humaida, “*Potensi Industri Halal Di Indonesia Sebagai Negara Berpenduduk Muslim Terbesar*, 6, No.1(2024).
- Ahmad Sholeh, “*Konsep Moderasi Konsumsi dalam Perspektif Al-Qur’an (Telaah QS. Al-A’raf Ayat 31)*,” *Jurnal Ekonomi Syariah dan Hukum Islam* Vol. 6, No. 2 (2020).
- Ahmad Tanzeh, *Metodologi Penelitian Praktis*, (Yogyakarta: Teras, 2011), 69
- Aisqi, N. R., & Andi, F, “*Implementasi Sertifikasi Halal Pada Produk Pangan Dalam Rangka Perlindungan Konsumen (Studi Kasus Dominos Pizza)*”, *Jurnal Ekonomi Syariah Dan Hukum Ekonomi Syariah*, (2022).
- Akim, dkk, *Pemahaman Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Jatinangor Terhadap Kewajiban Serifikasi Halal Pada Produk Makanan*, Kumawula : *Journal Pengabdian Kepada Masyarakat* Vol 1, No 1 (2019) DOI: <https://doi.org/10.24198/Kumawula.V1i1.19258>
- Aldo Gunawan Andres, “*Pengaruh Kompensasi dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT Gesit Nusa Tangguh*,” *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis* Vol. 16, no. 1 (2016): 3, <http://ejournal.ukrida.ac.id/ojs/index.php/IMB/article/view/1374>.
- Anas Sudijono, *Pengantar Evaluasi Pendidikan* (Jakarta: Rajawali Pers, 2015).
- Asep Danurwenda Ismaya Dkk, “*Kesadaran Halal Dan Sertifikasi Halal Dalam Menentukan Minat Beli Produk Mie Instan Di Kalangan Konsumen Muslim Di Kabupaten Garut*” Vol. 1 No. 01 (2022) 12-22 DOI : <https://doi.org/10.52434/Jesm.V1i01.95>
- Aswin “*Kesadaran Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umk) Kota Pangkalpinang Terhadap Sertifikasi Halal*”, Iain Syaikh Abdurrahman Siddik Bangka Belitung (2023) Doi: <https://doi.org/10.32764/Istismar.V6i1.4512>
- Bagian Proyek Sarana Dan Prasarana Produk Halal Direktorat Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam Dan Penyelenggaraan Haji, Modul Pelatihan Internal Halal, (Jakarta: Departemen Agama RI, 2018), 50-52.
- Branco, dkk, “*Corporate Social Responsibility: Prinsip, Implementasi dan Studi Kasus di Indonesia*.” Jakarta: Universitas Bina Nusantara, (2011).
- Dara Istia Aisyah, dkk (2023) “*Analisis Pemahaman Sertifikasi Halal Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) (Studi Kasus Di Kampung*

- Ceungceum Kecamatan Leuwisari Kabupaten Tasikmalaya) *Jurnal Ilmu Ekonomi Islam*, Vol 07, No 02 DOI : <https://doi.org/10.33507/lab.v4i01>
- Darma, Budi, *Statistika Penelitian Menggunakan Spss. 1st Ed. 1*, Jakarta: Guepedia, 2021.
- Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2010).
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta : Balai Pustaka, 2003).
- Deputi Bidang Ekonomi, *Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia 2019-2024*, Cet.1 (Jakarta: Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional, 2018) .
- Dergibson Siagian Sugiarto, *Metode Statistika Untuk Bisnis Dan Ekonomi* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2016).
- Dicky Hastjarjo, "Sekilas Tentang Kesadaran Consciousness", *Buletin Psikologi* 13 (2005).
- Dini Syahadatina " *Analisis Tingkat Pengetahuan Dan Kesadaran Usaha Mikro Dan Kecil Terkait Sertifikasi Halal (Studi Pada Pelaku Usaha Kuliner Di Kabupaten Sumenep)* Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang 2023
- Djaali, *Psikologi Pendidikan*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2011. DOI : <https://doi.org/10.31942/akses.v19i1.11890>
- Fatimah Nur, "Jaminan Produk Halal di Indonesia terhadap Konsumen Muslim", *Jurnal Likuid* vol 1, no. 1 (2021).
- Fatmawati, "Analisis Religiusitas, Kesadaran Halal, Literasi Halal, Dan Niat Berperilaku Dalam Memprediksi Pelaku UMKM Melakukan Sertifikasi Halal Di Kabupaten Bangkalan," *Jurnal Ekonomi Syariah Dan Bisnis* 6, no. 1 (2023): 76–88, <http://ejournal.unma.ac.id/index.php/Mr/index76>.
- Faturohman. "Pemahaman Halal dan Urgensinya dalam Produk UMKM." *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia*, Vol. 5, No. 2 (2021).
- Fauzan Muttaqien Dkk, "Pembukuan Sederhana Bagi UMKM" *Jurnal Of Community Engagement* 3, No 3 (2022).
- Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss* 19.
- Hadi, Nur. "Corporate Social Responsibility Edisi Pertama: Graha Ilmu." Yogyakarta. Kusumawati, Citra, 2011.
- Hardani, dkk "Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif" CV. Pustaka Ilmu Group Yogyakarta 2020.
- <https://Halal.Unair.Ac.Id/Blog/2018/09/05/Beberapa-Faktor-Yang-Mempengaruhi-Kesadaran-Halal-Di-Indonesia/> Diakses Pada Tanggal 26 Oktober 2024
- Ika Yunia Fauzia, *Etika Bisnis Islam Era 5.0* (Jakarta: Rajawali Pers, 2022).
- Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS* 19 (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011).
- Ishaq, M. & Prayoga, Y. (2016). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kesadaran Halal (Halal Awareness) Konsumen Muslim terhadap Produk Makanan dan Minuman di Kota Medan*. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Vol. 4 No. 2.

- Ismaya, Dkk, "*Kesadaran Halal Dan Sertifikat Halal Dalam Menentukan Minat Beli Produk Mie Instan Di Kalangankonsumen Muslim Di Kabupaten Garut,*" *Jurnal Kewirausahaan Dan Manajemen Strategis* jil. 01; No 012022; 12-22 Doi: <https://doi.org/10.52434/Jesm.V1i01>.
- Itsna Oktaviyanti *Korelasi Antara Hasil Tes Lisan Dengan Hasil Tes Tertulis Pada Mahasiswa Pgsd Unram Jurnal Ilmu Pendidikan* Vol 1 No 1 Juni 2019, 3 DOI: <https://doi.org/10.33366/Ilg.V2i1.1514>
- Iwin Arnova Dkk, "*Penerapan Pencatatan Akuntansi Pada UMKM Gula Semut Aren Kabupaten Rejang Lebong*". *Jurnal Dehasen Mengabdi* Vol. 1 No. 1 (2022)
- Joko Prambudi Dan Jati Imantoro, "*Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada UKM Maleo Lampung Timur,*" *Jurnal Manajemen Diversifikasi* 1, No. 3, (2021): 690., <https://doi.org/10.24127/Diversifikasi.V1i3.728>
- Juniawati "*Kesadaran Halal Dan Religiusitas Individu Dalam Keputusan Pembelian Makanan*" *Jurnal Megister Ekonomi Universitas Tanjungpura*, DOI: <https://doi.org/10.32832/Jm-Uika.V15i3.17455>
- Lako, A. *Dekonstruksi CSR dan Reformasi Paradigma Bisnis & Akuntansi*. Jakarta: Erlangga, (2011).
- M. Quraish Shihab, *Tafsir Al-Mishbah: Pesan, Kesan dan Keserasian al-Qur'an*, Jilid 8 (Jakarta: Lentera Hati, 2002).
- Mardikanto, Totok, *Corporate Social Responsibility (Tanggung Jawab Sosial Korporasi)*, (Bandung: Alfabeta, 2014).
- Mashudi, *Konstruksi Hukum dan Respons masyarakat terhadap Sertifikasi Produk Halal* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2015).
- Menteri Agama RI, *Al-Qr'an dan Terjemahnya*, (Bandung: CV Penerbit Diponegoro, 2010).
- Mochamad Reza Adiyanto, Evaliati Amaniyah, (2023) "*Tingkat Kesadaran Sertifikat Halal Pelaku UMK di Pulau Madura,*" *Jurnal Ekonomi dan bisnis*
- Muhammad Darwin Dkk, *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif* (Bandung: CV. Media Sains Indonesia, 2021).
- Muhammad Daud Alhanief, Muhammad dkk "*Analisis Pemahaman Sertifikasi Halal UMKM di Kota Pontianak,*" *AL-FIQH: Journal of Islamic Studies* vol2, no. 3 (2024).
- Muhammad Muflih, *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2006).
- Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2018).
- Nurhayati, T., & Hendar. (2019). *Sertifikasi Halal di Indonesia: Regulasi, Implementasi, dan Tantangan*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Putri Fatmawati, Firman Setiawan, Khoirun Nasik, (2023) "*Analisis Religiusitas, Kesadaran Halal, Literasi Halal, Dan Niat Berperilaku Dalam Memprediksi Pelaku Umkm Melakukan Sertifikasi Halal Di Kabupaten*

- Bangkalan” Jurnal Ekonomi Syariah dan Bisnis Vol 6, No 1, DOI : <http://ejournal.unma.ac.id/index.php/Mr/index>
- Putri, S.A., “*Tanggung Jawab Sosial UMKM dalam Perspektif CSR dan Kepatuhan Halal.*” Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sunan Kalijaga, Vol. 4, No. 1 (2022)
- Renyna, Cindy Claresta, “*Analisis Praktik Csr Pelaku Industri Tembakau Dengan Konsep Piramida Carroll (Studi Interpretatif Pada Penerima Program Djarum Beasiswa Plus).* Universitas Atma Jaya Yogyakarta. (2024)
- Republik Indonesia, *Peraturan Pemerintah Nomor 39 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Bidang Jaminan Produk Halal*, Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2021 Nomor 61, Pasal 140.
- Ridhahani,” *Metodologi Penelitian Dasar*”(Pascasarjana Universitas Islam Negeri Antasari 2020).
- Riyanto Hatmawan, *Metode Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, Dan Eksperimen.* (Sleman: Deepublish, 2020).
- Rokhmad Slamet & Sri Wahyuningsih, “*Validitas Dan Reliabilitas Terhadap Instrumen Kepuasan Kerja,*” *Jurna Manajemen & Bisnis*, 2022.
- Safitri, E., & Nurdin, R. *Pengaruh Kesadaran Halal, Harga, Kerragaman Produk Dan Promosi Penjualan Terhadap Perilaku Impulse Buying Produk Kosmetik Di Kalangan Mahasiswi Universitas Syiah Kuala.* Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Islam, (2021).
- Sardiman A.M., *Interaksi & Motivasi Belajar Mengajar* (Jakarta: Rajawali Pers, 2011).
- Sinta Apriliana “*Kesadaran Halal Pelaku Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Berkaitan Kepemilikan Sertifikasi Halal Di Iringmulyo Metro Timur*” Skripsi Universitas IAIN METRO 2024
- Sinta Apriliana “*Kesadaran Halal Pelaku Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Berkaitan Kepemilikan Sertifikasi Halal Di Iringmulyo Metro Timur*” Skripsi Universitas IAIN METRO 2024
- Slameto, *Belajar dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya* (Jakarta: Rineka Cipta, 2010).
- Soffa Ihsan, *Fiqih Perlindungan Konsumen*, (Ciputat: Pustaka Cendikiamuda, 2011).
- Sofyan Hasan, *Sertifikasi Halal Dalam Hukum Positif*, (Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2014).
- Solso, Robert L., *Otto H. Maclin, dan M. Kimberly Maclin*, Psikologi Kognitif (Jakarta: Erlanqqa, 2008).
- Suganda, AR, Dkk. Analisis Pemahaman Masyarakat Terhadap Kewajiban Sertifikasi Halal Pada Produk Makanan Dan Minuman Skala UMK Di Kabupaten Sukabumi. *Jurnal Ilmiah Pangan Halal*, Journal 6 (2) 2024, 13–34. <https://doi.org/10.30997/Jiph.V6i2.15627>
- Suganda, AR, Dkk. Analisis Pemahaman Masyarakat Terhadap Kewajiban Sertifikasi Halal Pada Produk Makanan Dan Minuman Skala UMK Di Kabupaten Sukabumi. *Jurnal Ilmiah Pangan Halal*, Journal 6 (2) 2024, 13–34. <https://doi.org/10.30997/Jiph.V6i2.15627>

- Sujarwen, V. Wiratna, Yogyakarta : *Pustaka Baru Press*, (2015).
- Supriyanti, *Kesadaran, Nurani, Dan Budi Pekerti*, (Tangerang: Loka Aksara, 2019).
- Suryanto, T., & Hadiwidjaja, R. (2018). *Corporate Social Responsibility: Konsep, Teori dan Implementasi di Indonesia*. Yogyakarta: Deepublish.
- Syafrida Hafni Sahir, *Metode Penelitian*, ed. Try Koryati, 1st ed (Jawa Timur: KBM Indonesia, 2022).
- Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2007 Nomor 106.
- Varrendo Yonathan dan Tri Angreni, "Pengaruh Promosi di Aplikasi Youtube dan Variasi Produk Terhadap Minat Beli Konsumen". *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 1, No.1 (2021): Nurul Farhana, dkk, *Penerepan Analisis Regresi Linier Berganda untuk Memodelkan Pemeringkatan Perguruan Tinggi di Medan*,"
- W.J.S. Purwadarminta, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1991).
- Warto Samsuri, "Sertifikasi Halal Dan Implikasinya Bagi Bisnis Produk Halal Di Indonesia," *Al Maal : Journal of Islamic Economics and Banking*, 1, 2 (July 2020).
- Widarjono, *Analisis Regresi Dengan SPSS* (Jakarta: UPP STIM YKPN, 2018).
- Yunus, Nur, "*Fikih Konsumsi Halal dan Haram*". (Jakarta: Kencana, 2016,).

LAMPIRAN

Lampiran 1

Biodata responden

No	Nama Pemilik	Usaha	Alamat
1.	Mariani	Gorengan Bu Mar	Jl. Jendral Sudirman, Tempel Rejo
2.	Dewi Kartika Sari	Warung Bu Dewi	Jl. Sapta Marga, Teladan
3.	Mardan	Gorengan Pk Mardan	Jl.Sidomulyo, Tempel Rejo
4.	Azwardi	Gorengan Bungsu	Kel. Tempel Rejo
5.	Sulastri	Warung Pak Utin	Jl. Jendral Sudirman
6.	Mendip S	Kuliner Mbak Tri	Btn Graha Persada Indah Blok B No.21, Air Putih Baru
7.	Edi Hariantoni	Akbar Gorengan	Jl. Jend Sudirman, , Air Putih Baru
8.	Hariansyah	Model & Tekwan	Gang Sentosa, Air Putih Baru
9.	Susilawati	Cik Susi Gorengan	Desa Rimbo Recap
10.	Nurmawan	Warung Bunda Hafis	Desa Sukamarga
11.	A.Rohim	Warung Mama Dea	Jl Jend. Sudirman, -, Air Putih Baru
12.	Amrizal Janir	Warung Nasi Mak Aci	Btn Persada Baroqah, Suka Marga
13.	Yeli Erni	Kerpik Bunda Ciya	Desa Sukamarga
14.	Desi Susanti	Oemah Luvis	Jl. Purwodadi, Teladan
15.	Shinta Permata Sari	Rotbak Rextha	Kelurahan Tempel Rejo
16.	Inika Kusumawati	Warung Rosa	Desa Suka Marga
17.	Ahmad Kadir	Basreng	Jl Jend. Sudirman, Air Putih Baru
18.	Halimah	Pempek Cikma	Jl. H. Agus Salim
19.	Diana Farasati	Jajanan Ibu Diana	Desa Teladan
20.	Putri Ari	Vane's Kitchen	Desa Suka Marga
21.	Muhlis	Rumah cemilan	Jl. Sapta Marga
22.	Tesa Marleni	Nasi Uduk	Jl. Sapta Marga, Air Putih Baru

23.	Isheila Elsa Sanjaya	Kuliner olahan tahu	Kelurahan Tempel Rejo, gang Raflesia
24.	Nurhayati	Usus krispi	Jl. Pembangunan Kel. Tempel Rejo
25.	Masrah Aini	Telur gulung	Gg Musholla Tempel Rejo
26.	Ayu Putri Utami	Kantin Sekolah	Kelurahan Tempel Rejo, gang bersama
27.	Isheila Elsa Sanjaya	Es doger	Kelurahan Tempel Rejo
28.	Yusmeri	Jus buah	Desa Suka Marga
29.	Dina Kristina	Hotpang	Perum Graha Persada Indah Air Putih Baru
30.	Sumarlin	Keripik tempe	Jl. Sapta Marga Desa Teladan
31.	Jamilah	Tahu gejrot	Jl. Pembangunan Kel. Tempel Rejo
32.	Rika Rosdiana	Warung cemilan	Jl. Sendral Sudirman Kel. Air Putih
33.	Yuda Aditia P	Pisang molen	Perum Graha Persada Indah Air Putih Baru
34.	Jumiatul Aini	Cake coklat	Kel. Rimbo Recap
35.	Dasri Alamudi	Tekwan pempek	Gg Musholla Tempel Rejo
36.	Ahmad Kadir	Pedagang kue	Desa Teladan
37.	Fina	Cimol	Desa Sukamarga
38.	Santoso	Tahu krispi	Desa Pungguk Lalang
39.	Zaina Syahri	Warung mie	Desa Pungguk Lalang
40.	Sarkawi	Martabak mini	Desa tanjung dalam
41.	Anang Zen	Es teler	Kelurahan Tempel Rejo jl. Jendral SidoMulyo
42.	Siti patimah	Kerupuk seblak	Jl. Purwodadi, Teladan
43.	Ahyan Sori	Pangsit Wonton	Kel Tempel Rejo, gang penantian

Lampiran 3 :

KUESIONER PENELITIAN

“Pengaruh Kesadaran Dan Pemahaman Sertifikasi Halal Terhadap Tanggung Jawab Sosial Pelaku UMKM”

Perkenalkan nama saya Tessi Mayori, Mahasiswi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup, Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam dengan Program Studi Ekonomi Syariah. Saat ini saya sedang melaksanakan penelitian dalam rangka menyelesaikan tugas akhir (Skripsi). Sehubungan dengan hal tersebut, saya memohon kesediaan saudara/i untuk membantu mengisi kuesioner yang diberikan. Semua data yang diberikan dijamin kerahasiaannya dan hanya akan digunakan dalam penelitian ini. Atas bantuan saudara/i saya ucapkan terimakasih.

A. PETUNJUK PENGISIAN

Pilihlah salah satu jawaban pada masing-masing pernyataan berikut ini dengan memberikan tanda ceklis (☐) pada kolom jawaban yang disediakan.

Keterangan pada kolom jawaban yang disediakan adalah sebagai berikut :

STS	= Sangat Tidak Setuju	Skor = 1
TS	= Tidak Setuju	Skor = 2
N	= Netral	Skor = 3
S	= Setuju	Skor = 4
SS	= Sangat Setuju	Skor = 5

B. IDENTITAS RESPONDEN

Isilah identitas saudara/i dengan keadaan yang sebenarnya

Nama :

Jenis Kelamin : Laki-laki ☐ Perempuan ☐

Jenis Usaha :

Riwayat Pendidikan Terakhir :

Variabel X1: Kesadaran

NO	Indikator	Soal	STS	TS	N	S	SS
1.	Pengetahuan	1. Saya memahami akan produk sertifikasi halal					
		2. Saya mengetahui bahwa produk halal dapat meningkatkan kepercayaan konsumen					
		3. Saya mengetahui kewajiban sertifikasi halal yang telah diatur dalam undang-undang No.33 Tahun 2014.					
2.	Sadar akan halal	1. Saya yakin bahwa produk halal penting bagi konsumen					
		2. Saya yakin bahwa produk saya sudah memenuhi standar halal					
		3. Saya sadar bahwa produk halal dapat menjadi keunggulan kompetitif bagi bisnis					
3.	Bahan baku halal	1. Saya memastikan bahwa semua bahan baku yang digunakan dalam produksi produk saya adalah halal					
		2. Menurut saya penting penggunaan bahan baku halal dalam produksi produk					
		3. Saya yakin bahwa Ketika saya membuat produk proses pembuatannya secara halal					

Variabel X2 : Pemahaman

NO	Indikator	Soal	STS	TS	N	S	SS
1.	Pemahaman tentang sertifikasi halal	1. Saya paham penerapan sertifikasi halal dan aturan-aturan yang terkait dengan penggunaannya.					
		2. Saya paham bagaimana cara menghindari penyalahgunaan sertifikasi halal pada produk dan cara mendapatkan sertifikasi halal untuk produk saya.					
		3. Saya memahami bagaimana cara mempertahankan sertifikasi halal setelah mendapatkannya dan memastikan kepatuhan terhadap standar halal.					
2.	Pemahaman pemilihan produk berdasarkan sertifikasi halal	1. Sertifikasi halal penting untuk memastikan produk makanan dan minuman memenuhi prinsip Islam dan memberikan keyakinan dalam pembelian suatu produk.					
		2. Sertifikasi halal mendorong saya untuk terus mengembangkan produk baru yang lebih inovatif dan memenuhi standar halal.					
		3. Sertifikasi Halal efektif					

		mewakili produk halal dan penerapan logo asli sangat diperlukan untuk memastikan keaslian produk.					
3.	Pemahaman tentang sertifikasi halal asli dan palsu	1. Saya dapat dengan mudah membedakan sertifikasi Halal asli dan palsu, serta mengenali tanda-tanda keamanan pada logo Halal yang asli.					
		2. Saya yakin dengan kemampuan saya untuk mengidentifikasi sertifikasi Halal asli yang digunakan pada produk yang telah disertifikasi dan yang belum tersertifikasi.					
		3. Saya tahu bagaimana cara memverifikasi keaslian sertifikasi Halal melalui lembaga sertifikasi Halal dan dapat mengidentifikasi ciri-ciri logo Halal yang asli.					

Variabel Y : Tanggung Jawab Sosial

NO	Indikator	Soal	STS	TS	N	S	SS
1.	Peduli Produk halal	1. Pelaku UMKM sudah menggunakan bahan kemasan yang ramah lingkungan dalam produk halal?					
		2. Pelaku UMKM menerapkan pengelolaan limbah produksi secara bertanggung jawab?					
		3. Bagaimana komitmen UMKM dalam mengurangi dampak negatif lingkungan dari aktivitas produksinya?					
2.	Pengembangan Masyarakat	1. Pelaku UMKM pernah memberikan pengembangan sertifikasi halal keterampilan kepada masyarakat sekitar?					
		2. Pelaku UMKM terlibat dalam program pemberdayaan sertifikasi halal)?					
		3. Sejauh mana UMKM berkontribusi dalam meningkatkan produk sertifikasi halal?					
4.	Komunikasi Transparan	1. Pelaku UMKM secara rutin menyampaikan kegiatan sertifikasi halal produk UMKM?					

		2. Media apa yang digunakan UMKM untuk menginformasikan sertifikasi halal produk UMKM?					
		3. Informasi mengenai Sertifikasi halal produk disampaikan dengan jelas, terbuka, dan mudah dipahami oleh masyarakat maupun karyawan?					

Lampiran 4

Pengisian Kuesioner Variabel X1

NO	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	Total X1
1	5	5	4	5	2	5	5	5	5	41
2	5	5	5	4	5	5	5	5	4	43
3	4	4	5	5	1	5	5	5	5	39
4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	42
5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	43
6	5	5	4	4	4	5	5	5	5	42
7	5	2	5	4	5	5	4	4	5	39
8	5	5	5	5	5	4	5	5	5	44
9	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
10	5	5	5	2	5	5	5	5	5	42
11	5	5	4	4	5	5	4	5	5	42
12	4	4	5	5	5	5	5	5	5	43
13	5	5	4	1	5	4	5	5	5	39
14	5	5	5	5	2	5	5	4	4	40
15	4	5	5	5	5	4	5	5	5	43
16	5	5	4	5	4	5	5	5	4	42
17	5	4	5	5	5	5	5	4	5	43
18	5	5	4	5	5	5	4	5	5	43
19	5	5	5	4	5	5	5	5	5	44
20	4	5	5	5	1	5	5	5	5	40
21	5	5	5	5	5	5	4	4	5	43
22	4	4	5	5	5	4	5	5	5	42
23	5	5	5	4	5	5	1	4	5	39
24	5	5	5	5	5	5	4	5	5	44
25	5	5	4	5	5	4	5	5	4	42
26	5	5	5	4	5	5	4	5	5	43
27	4	5	5	5	4	5	5	4	5	42
28	4	5	4	5	1	5	5	5	5	39
29	5	4	5	5	5	5	5	5	5	44
30	4	4	5	5	4	5	5	5	5	42
31	5	5	5	5	5	5	5	4	4	43
32	4	5	5	5	4	4	5	5	5	42
33	5	5	5	4	5	5	5	5	4	43
34	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45

35	5	5	5	5	5	5	4	5	5	44
36	5	5	5	5	5	1	5	5	4	40
37	5	1	5	4	5	4	5	5	5	39
38	5	4	2	4	5	5	5	5	5	40
39	5	5	5	5	5	4	5	4	5	43
40	5	5	5	5	5	5	5	4	5	44
41	5	5	4	5	5	5	4	1	4	38
42	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
43	5	4	5	5	5	5	5	4	4	42
JUMLAH	205	200	203	198	191	202	203	200	205	

Pengisian Kuesioner Variabel X2

NO	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	Total X2
1	5	4	5	4	5	5	5	5	5	43
2	5	4	5	5	5	4	5	5	4	42
3	5	3	5	5	5	1	5	5	5	39
4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	42
5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	43
6	3	4	5	4	5	5	5	5	5	41
7	5	5	4	5	5	5	4	5	5	43
8	5	5	5	5	5	4	5	5	5	44
9	4	5	5	5	5	5	5	5	2	41
10	4	5	5	5	5	5	5	4	4	42
11	5	4	5	4	5	5	4	5	4	41
12	5	5	5	5	4	5	5	5	5	44
13	4	5	4	4	5	5	5	4	5	41
14	5	5	5	5	4	4	5	5	5	43
15	4	4	5	5	5	4	5	4	4	40
16	5	5	5	5	4	5	5	5	4	43
17	5	5	4	5	5	5	5	5	5	44
18	4	5	5	5	5	4	4	4	5	41
19	5	5	5	4	4	5	5	4	5	42
20	5	4	4	5	5	4	5	5	4	41
21	5	5	4	5	5	5	5	5	5	44
22	5	4	1	5	4	4	5	5	5	38
23	4	5	5	5	5	4	5	4	5	42

24	5	4	3	4	5	5	5	5	5	41
25	5	5	5	5	3	5	4	5	5	42
26	5	5	5	5	5	4	5	5	5	44
27	4	5	4	5	4	5	5	5	5	42
28	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
29	4	5	5	4	5	4	4	4	5	40
30	5	5	1	5	4	5	4	4	5	38
31	5	4	5	5	4	4	5	5	5	42
32	4	5	4	5	2	5	5	5	5	40
33	4	5	5	5	5	4	4	5	5	42
34	5	5	4	5	4	5	5	5	5	43
35	4	4	5	5	1	5	5	5	4	38
36	5	5	5	4	5	5	4	5	5	43
37	5	5	5	4	4	4	5	5	5	42
38	4	4	5	5	5	5	5	5	4	42
39	5	4	5	5	4	5	5	5	5	43
40	4	5	5	4	5	5	5	5	4	42
41	5	5	5	5	2	5	4	5	5	41
42	5	5	5	5	5	5	5	5	4	44
43	5	5	5	4	5	5	5	5	4	43
Jumlah	200	200	197	204	191	197	205	206	201	

Pengisian Kuesioner Variabel Y

NO	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	Total X1
1	5	3	4	5	4	2	5	4	5	37
2	5	5	5	4	5	4	1	5	5	39
3	5	5	2	5	5	5	3	5	5	40
4	3	5	4	5	4	2	5	5	5	38
5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	43
6	5	5	4	5	4	2	5	5	5	40
7	4	5	5	5	5	5	4	5	5	43
8	2	5	5	4	5	5	5	5	5	41
9	5	5	4	4	4	4	5	4	5	40
10	5	5	5	4	5	4	1	5	5	39
11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
12	5	5	4	5	4	5	5	5	5	43
13	5	4	4	5	5	5	2	5	5	40

14	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
15	5	5	4	5	4	5	5	5	4	42
16	5	5	4	5	4	5	4	5	5	42
17	5	5	5	4	5	5	5	5	5	44
18	4	5	5	5	5	4	5	5	5	43
19	5	5	5	4	5	5	4	4	5	42
20	5	5	5	5	5	5	5	4	5	44
21	4	4	5	5	5	5	5	5	5	43
22	5	5	5	5	5	5	4	5	5	44
23	4	5	5	2	5	5	4	5	5	40
24	5	5	4	5	5	1	4	5	5	39
25	4	2	5	5	4	5	5	5	5	40
26	4	4	5	5	5	5	5	4	5	42
27	5	1	5	5	3	5	4	4	5	37
28	4	5	5	4	5	5	5	4	5	42
29	5	5	4	5	5	5	4	5	5	43
30	5	5	4	5	4	5	5	4	5	42
31	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
32	5	5	5	4	5	5	5	5	5	44
33	5	5	4	5	5	5	4	5	5	43
34	5	5	5	5	5	5	5	3	5	43
35	5	5	5	5	5	5	5	4	5	44
36	4	5	5	5	5	5	5	5	4	43
37	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
38	5	5	5	4	5	5	5	4	4	42
39	5	5	5	4	5	5	5	5	2	41
40	5	5	5	5	5	4	5	5	5	44
41	4	4	5	4	5	5	5	5	5	42
42	5	2	5	4	5	5	5	5	5	41
43	5	4	5	5	5	5	4	5	5	43
Jumlah	201	198	199	200	204	197	191	203	209	

Lampiran 5

DATA REVIEW VARIABEL X1 KESADARAN

		Correlations									
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	TOTALX1
X1.1.1	Pearson Correlation	1	.793**	.778**	.808**	.107	.149	.241	.170	.115	.637**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.002	.001	.000	.000	.000	.000	.000
	N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43
X1.1.2	Pearson Correlation	.693**	1	.548**	.693**	.132	.099	.192	.127	.102	.638**
	Sig. (2-tailed)	.000		.001	.000	.399	.528	.217	.417	.515	.000
	N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43
X1.2.1	Pearson Correlation	.578**	.548**	1	.644**	.252	.632*	.715*	.277	.218	.744**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.001	.002	.000	.000
	N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43
X1.2.2	Pearson Correlation	.808**	.893**	.844**	1	.047	.067	.127	.080	.039	.594**
	Sig. (2-tailed)	.002	.005	.000		.000	.000	.000	.024	.000	.002
	N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43
X1.3.1	Pearson Correlation	.107	.132	.252	.047	1	.029**	.449**	.363**	.285**	.743**
	Sig. (2-tailed)	.002	.023	.000	.000		.000	.001	.000	.003	.000
	N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43
X1.3.2	Pearson Correlation	.149	.099	.332*	.067	.029**	1	.773**	.873**	.764**	.761**
	Sig. (2-tailed)	.000	.005	.000	.000	.000		.001	.000	.052	.000
	N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43
X1.4.1	Pearson Correlation	.241	.192	.515**	.127	.749**	.773**	1	.835**	.859**	.796**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.213	.000	.001	.001		.000	.000	.000
	N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43
X1.4.2	Pearson Correlation	.170	.127	.277	.580**	.863**	.873**	.835**	1	.888**	.799**
	Sig. (2-tailed)	.276	.017	.072	.008	.000	.000	.000		.000	.000
	N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43
X1.3.2	Pearson Correlation	.115	.102	.218	.039	.785**	.764**	.859**	.888**	1	.747**
	Sig. (2-tailed)	.001	.008	.233	.001	.183	.033	.000	.001		.000
	N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43
TOTAL X1	Pearson Correlation	.637**	.638**	.744**	.594**	.743**	.761**	.796**	.799**	.747**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

DATA REVIEW VARIABEL X2 PEMAHAMAN

		Correlations									
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	TOTALX2
X2.1.1	Pearson Correlation	1	.793**	.778**	.808**	.107	.149	.099	.332*	.067	.648**
	Sig. (2-tailed)		.001	.001	.008	.233	.001	.183	.033	.000	.000
	N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43
X2.1.2	Pearson Correlation	.793**	1	.848**	.893**	.132	.241	.192	.315*	.127	.713**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.005	.003	.000	.002	.042	.000	.000
	N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43
X2.2.1	Pearson Correlation	.778**	.848**	1	.844**	.252	.170	.127	.277	.080	.679**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.103	.076	.217	.072	.108	.000
	N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43
X2.2.2	Pearson Correlation	.808**	.893**	.844**	1	.047	.115	.102	.218	.039	.631**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.001	.008	.233	.001	.183	.000
	N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43
X2.3.1	Pearson Correlation	.107	.132	.252	.047	1	.833**	.775**	.769**	.784**	.733**
	Sig. (2-tailed)	.001	.008	.233	.003		.000	.000	.000	.000	.000
	N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43
X2.3.2	Pearson Correlation	.149	.099	.332*	.067	.829**	1	.793**	.778**	.808**	.757**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.213	.000	.001		.000	.000	.000	.000
	N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43
X2.4.1	Pearson Correlation	.241	.192	.315*	.127	.749**	.793**	1	.848**	.893**	.744**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.352	.033	.000	.001		.001	.001	.000
	N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43
X2.4.2	Pearson Correlation	.170	.127	.183	.033	.000	.004	.000	1	.844**	.830**
	Sig. (2-tailed)	.276	.417	.072	.608	.001	.001	.001		.001	.000
	N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43
X2.3.2	Pearson Correlation	.115	.102	.218	.039	.785**	.808**	.893**	.844**	1	.716**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.008	.194	.038	.451	.001	.004		.000
	N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43
TOTAL X2	Pearson Correlation	.648**	.713**	.679**	.631**	.733**	.757**	.744**	.830**	.716**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

DATA REVIEW VARIABEL Y TANGGUNG JAWAB SOSIAL

		Correlations									
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	TOTAL Y
Y1	Pearson Correlation	1	.773**	.873**	.764**	.128	.149	.099	.332*	.067	.645**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.002	.001	.000	.000	.000	.000	.000
	N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43
Y2	Pearson Correlation	.773**	1	.835**	.859**	.233	.241	.192	.315*	.127	.711**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.005	.003	.000	.002	.042	.000	.000
	N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43
Y3	Pearson Correlation	.873**	.835**	1	.888**	.120	.170	.127	.277	.080	.685**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.002	.000	.008	.194	.038	.451	.000
	N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43
Y4	Pearson Correlation	.764**	.859**	.888**	1	.068	.115	.102	.218	.039	.638**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.065	.263	.215	.161	.003	.000
	N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43
Y5	Pearson Correlation	.128	.233	.120	.068	1	.833**	.775**	.769**	.784**	.722**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.008	.194		.000	.000	.000	.000	.000
	N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43
Y6	Pearson Correlation	.149	.241	.170	.115	.833**	1	.793**	.778**	.808**	.754**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.276	.020	.020		.000	.000	.000	.000
	N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43
Y7	Pearson Correlation	.099	.192	.127	.102	.775**	.793**	1	.848**	.893**	.740**
	Sig. (2-tailed)	.028	.117	.417	.515	.000	.000		.000	.000	.000
	N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43
Y 8	Pearson Correlation	.332*	.315*	.277	.218	.769**	.778**	.848**	1	.844**	.828**
	Sig. (2-tailed)	.030	.039	.072	.16	.000	.000	.000		.000	.000
	N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43
Y9	Pearson Correlation	.067	.127	.080	.039	.784**	.808**	.893**	.844**	1	.712**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.276	.020	.020	.013	.203	.001		.000
	N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43
TOTAL Y	Pearson Correlation	.645**	.711**	.685**	.638**	.722**	.754**	.740**	.828**	.712**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	43	43	43	43	43	43	43	43	43	43

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

HASIL UJI RELIABILITAS

KESADARAN (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.774	9

PEMAHAMAN (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.773	9

TANGGUNG JAWAB SOSIAL (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.749	9

UJI NORMALITAS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		43
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.98082799
Most Extreme Differences	Absolute	.082
	Positive	.082
	Negative	-.051
Test Statistic		.082
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.200 ^d
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.	.641
	99% Confidence Interval	Lower Bound .629
		Upper Bound .653

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

UJI MULTIKOLNERITAS

Model	Unstandardized Coefficients		Coefficients ^a		Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	T		Tolerance	VIF
1 (Constant)	13.517	2.726		4.958	,001		
X1	1.346	,353	1.550	3.811	,000	,049	2.372
X2	1.934	,348	2.258	5.552	,000	,049	2.372

a. Dependent Variable: Tanggung Jawab Sosial (Y)

UJI HETEROSKEDASTISITAS

Model	Unstandardized Coefficients		Coefficients ^a		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
1 (Constant)	10.275	3.271		4.507	.002
X1	-.057	.089	-.086	.629	.583
X2	-.039	.068	-.076	.594	.529

a. Dependent Variable: ABS_RES

UJI DETERMINASI

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.736 ^a	.509	.698	4.3186

a. Predictors: (Constant), X1, X2

Hasil Uji T (Secara Parsial)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	27.435	7.773		14.530	.000
	X1	.469	.213	.334	6.203	.000
	X2	.388	.378	.043	5.282	.000

a. Dependent Variable: Y

UJI F(Secara Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	18.893	2	19.946	27.708	.000 ^b
	Residual	13.705	40	.870		
	Total	32.598	43			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X1, X2

Lampiran 6

Bukti Pengisian Kuesioner



Berita Acara



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI CURUP
FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM
PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
 Jl. Dr. A.K. Gani Kotak Pos 108 Telp. (0732) 21010-7003044 Fax (0732) 21010 Curup 39119

BERITA ACARA SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI
 Nomor : 652/In.34/FS.02/PP.00.9/02/2025

Pada hari ini KAMIS Tanggal 6 Bulan FEBRUARI Tahun 2025 telah dilaksanakan Seminar Proposal Skripsi atas :

Nama : TESSEI MAYORI / 20681056
 Prodi / Fakultas : Ekonomi Syariah / Syariah & Ekonomi Islam
 Judul : PENGARUH TINGKAT KESADARAN HALAL DAN PEMAHAMAN PELAKU UMKM TERHADAP MANFAAT SERTIFIKASI HALAL

Dengan Petugas Seminar Proposal Skripsi sebagai berikut :

Moderator : YOGA DWI PUTRA
 Penguji I : RAHMANN ABIEIN M.E.
 Penguji II : SINEBA ARI SILVIA M.E.

Berdasarkan analisis kedua penguji serta masukan audiens, maka diperoleh hasil sebagai berikut :

1. KONFIRMASI PENELITIAN ANDA UNTUK UMKM YANG ANDA TELITI UNTUK EKONOMI SYARIAH
2. UNTUK MENDAPATKAN SAMPEL UMKM, AKAN DATA UMKM DAN TAMBAH KAN PENELITIAN TERDAHULU, UNTUK LAYAR KEJARAN
3. UNTUK JUDUL DI PERBAIKI LAGI, UNTUK KE BUKLAJUTAN UMKM
4. ETDAR BOLEH ADA WAWAN CARO DI LAYAR BUKLAJUTAN, PERBAIKI METODOLOGI
5. PENJELASAN TEORI AG LEBIH DETAS, DAN PENULISAN HARUS SESUAI PANDUAN
6.

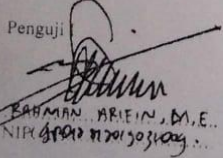
Dengan berbagai catatan tersebut di atas, maka judul proposal ini dinyatakan Layak / Tidak Layak untuk diteruskan dalam rangka penggarapan penelitian skripsi. Kepada saudara presenter yang proposalnya dinyatakan layak dengan berbagai catatan, wajib melakukan perbaikan berdasarkan konsultasi dengan kedua penguji paling lambat 14 hari setelah seminar ini, yaitu pada tanggal 20 bulan Februari tahun 2025, apabila sampai pada tanggal tersebut saudara tidak dapat menyelesaikan perbaikan, maka hak saudara atas judul proposal dinyatakan gugur.

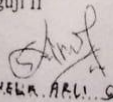
Demikian agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Curup, Februari 2025

Moderator

YOGA DWI PUTRA

Penguji I

RAHMANN ABIEIN M.E.
 NIP. 6901701303104

Penguji II

SINEBA ARI SILVIA M.E.
 NIP.

NB : Hasil berita acara yang sudah ditandatangani oleh kedua penguji silahkan difotocopy sebagai arsip peserta dan yang asli diserahkan ke Fakultas Syariah & Ekonomi Islam / Pengawas untuk penerbitan SK Pembimbing Skripsi dengan melampirkan perbaikan skripsi R 1/B yang sudah disetujui ACC oleh kedua penguji

Sk Pembimbing


IAIN CURUP
SURAT KEPUTUSAN
DEKAN FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM
Nomor : 098/In.34/FS/PP.00.9/02/2025

Tentang
PENUNJUKAN PEMBIMBING I DAN PEMBIMBING II
PENULISAN SKRIPSI

DEKAN FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI CURUP

Menimbang : 1. bahwa untuk kelancaran penulisan skripsi mahasiswa perlu ditunjuk Dosen Pembimbing I dan II yang bertanggung jawab dalam penyelesaian penulisan yang dimaksud;
2. bahwa saudara yang namanya tercantum dalam Surat Keputusan ini dipandang cakap dan mampu serta memenuhi syarat untuk diserahi tugas tersebut.

Mengingat : 1. Undang-undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2. Undang-undang Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;
3. Undang-undang Nomor 14 Tahun 2005 tentang Guru dan Dosen;
4. Peraturan pemerintah Nomor 19 Tahun 2005 tentang Standar Nasional Pendidikan;
5. Peraturan pemerintah Nomor 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;
6. Peraturan Presiden Nomor 24 Tahun 2018 tentang IAIN Curup;
7. Keputusan Menteri Agama RI Nomor: B.11/3/2022, tanggal 18 April 2022 tentang Pengangkatan Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup Periode 2022-2026;
8. Surat Keputusan Rektor IAIN Curup Atas nama Menteri Agama RI Nomor : 0318/In.34/2/KP.07.6/05/2022 tentang Penetapan Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup.

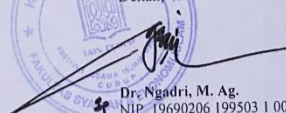
MEMUTUSKAN

Menetapkan
Pertama : Menunjuk saudara:
1. Rahman Arifin, M.E NIP. 19881221 201903 1 009
2. Sineba Auli Silvia, S.E.I., M.E NIP. 19910519 202321 2 000

Dosen Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup masing-masing sebagai Pembimbing I dan Pembimbing II dalam penulisan skripsi mahasiswa:

NAMA : Tessi Mayori
NIM : 20681056
PRODI/FAKULTAS : Ekonomi Syari'ah (ES) /Syari'ah dan Ekonomi Islam
JUDUL SKRIPSI : Pengaruh Kesadaran Halal Dan Pemahaman Pelaku UMKM Terhadap Urgensi Dan Manfaat Sertifikasi Halal

Kedua : Kepada yang bersangkutan diberi honorarium sesuai dengan peraturan yang berlaku;
Ketiga : Keputusan ini mulai berlaku sejak tanggal ditetapkan dan berakhir setelah skripsi tersebut dinyatakan sah oleh IAIN Curup atau masa bimbingan telah mencapai satu tahun sejak SK ini ditetapkan;
Keempat : Ujian skripsi dilakukan setelah melaksanakan proses bimbingan minimal tiga bulan semenjak SK ini ditetapkan
Kelima : Segala sesuatu akan diubah sebagaimana mestinya apabila dikemudian hari terdapat kekeliruan dan kesalahan.
Keenam : Surat Keputusan ini disampaikan kepada yang bersangkutan untuk diketahui dan dilaksanakan.

Ditetapkan di : CURUP
Pada tanggal : 19 Februari 2025
Dekan, 

Dr. Ngadri, M. Ag.
NIP. 19690206 199503 1 001

Tembusan :

1. Pembimbing I dan II
2. Bendahara IAIN Curup
3. Kabag AUAK IAIN Curup
4. Kepala Perpustakaan IAIN Curup
5. Yang bersangkutan
6. Arsip

Pembimbing 1



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI CURUP

Jalan AK Gani No. 01 Kotak Pos 108 Telp. (0732) 21010-21759 Fax 21010
 Homepage: <http://www.iaincurup.ac.id> Email: admin@iaincurup.ac.id Kode Pos 39119

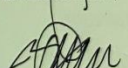
KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

NAMA	Tessi Mayori		
NIM	20681056		
PROGRAM STUDI	Ekonomi Syariah		
FAKULTAS	Syariah dan Ekonomi Islam		
DOSEN PEMBIMBING I	Rahman Arifin M.E		
DOSEN PEMBIMBING II	Sineba Atri Silvia M.E		
JUDUL SKRIPSI	Pengaruh kesadaran dan pemahaman pelaku UMKM terhadap Urgensi dan manfaat sertifikasi halal Di Era Digital		
MULAI BIMBINGAN	07 - 05 - 2025		
AKHIR BIMBINGAN			

NO	TANGGAL	MATERI BIMBINGAN	PARAF PEMBIMBING I
1.	07/05/2025	Latihan soal tentang OS perusahaan	
2.	08/05	Pengertian, faktor, dan strategi pemasaran	
3.			
4.	26/05/2025	Teori pemasaran dan analisis	
5.	27/05/2025	Analisis I - II. Faktor ek	
6.	02/06/2025	Pengaruh pasar baru untuk UMKM	
7.	07/06	3 per kumh.	
8.	05/06/2025	pengertian KMS ID	
9.	05/06/2025	Analisis I - II	
10.	06/06	urutan skripsi	
11.			
12.			

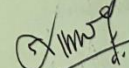
KAMI BERPENDAPAT BAHWA SKRIPSI INI SUDAH
 DAPAT DIAJUKAN UJIAN SKRIPSI IAIN CURUP,

PEMBIMBING I,


 Dr. Rahman Arifin M.E
 NIP. 19881221 201903 1 009

CURUP, 05 Agustus2025

PEMBIMBING II,


 Sineba Atri Silvia M.E
 NIP. 19910519 202324 2 037

- Lembar Depan Kartu Bimbingan Pembimbing I
- Lembar Belakang Kartu Bimbingan Pembimbing II
- Kartu ini harap dibawa pada setiap konsultasi dengan Pembimbing I dan Pembimbing II

Pembimbing 2

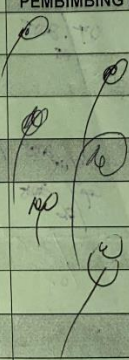


KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI CURUP

Jalan AK Gani No. 01 Kotak Pos 108 Telp. (0732) 21010-21759 Fax. 21010
 Homepage: <http://www.iaincurup.ac.id> Email: admin@iaincurup.ac.id Kode Pos 39119

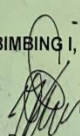
KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

NAMA	Tessi Mayori		
NIM	20681056		
PROGRAM STUDI	Ekonomi Syariah		
FAKULTAS	Syariah dan Ekonomi Islam		
PEMBIMBING I	Rahman Arifin M.E		
PEMBIMBING II	Sineba Atri Silvia M.E		
JUDUL SKRIPSI	Pengaruh kesadaran dan pemahaman Pelaku UMKM terhadap urgensi dan manfaat Sertifikasi halal Di Era digital		
MULAI BIMBINGAN	06 - 05 - 2025		
AKHIR BIMBINGAN			

NO	TANGGAL	MATERI BIMBINGAN	PARAF
			PEMBIMBING II
1.	6/mei 2025	Footnote, Spasi	
2.	20/mei 2025	Sampel, Teknik Analisis data, Footnote	
3.	3/juli 2025	Pengisi liner berganda, Spasi, Teori hipotesis	
4.	19/juli 2025	Sumber Referensi, Bold, Daftar Pustaka	
5.	17/juli 2025	Footnote, Araf, kerangka Analisis	
6.	28/juli 2025	Ale Ujian Skripsi	
7.			
8.			
9.			
10.			
11.			
12.			

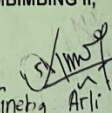
KAMI BERPENDAPAT BAHWA SKRIPSI INI
 SUDAH DAPAT DIAJUKAN UJIAN SKRIPSI IAIN
 CURUP

PEMBIMBING I,


 DR. Rahman Arifin, M.E
 NIP. 19881221 201903 1 009

CURUP, 28 - Juli 2025

PEMBIMBING II,


 Sineba Atri Silvia, M.E
 NIP. 19910519 2023 21 2 037

Sk Penelitian

**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI CURUP
FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM
Jl. Dr. A.K. Gani Kotak Pos 108 Telp. (0732) 2101047003044 Fax (0732) 21010 Curup 39119
Website/facebook: Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Curup Email: fakultas.sei@iaincurup.ac.id

Nomor : 247/In 34/FS/PP.00.9/06/2025
Lamp : Proposal dan Instrumen
Hal : Rekomendasi Izin Penelitian

Curup, 04 Juni 2025

Kepada Yth,
Kepala LPPM IAIN CURUP
Di-
Tempat

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

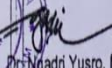
Dalam rangka penyusunan skripsi strata satu (S1) pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup.

Nama : Tessi Mayori
Nomor Induk Mahasiswa : 20681056
Program Studi : Ekonomi Syari'ah (ES)
Fakultas : Syari'ah dan Ekonomi Islam
Waktu Penelitian : 04 Juni 2025 s/d 04 September 2025
Tempat Penelitian : UMKM Sertifikasi Halal Rejang Lebong
Judul Skripsi : Pengaruh Kesadaran dan Pemahaman Pelaku UMKM Terhadap Urgensi dan Manfaat Sertifikasi Halal di Era digital

Mohon kiranya, Bapak/Ibu berkenan memberikan izin penelitian kepada mahasiswa yang bersangkutan.

Demikian surat rekomendasi izin penelitian ini kami sampaikan ,atas kerjasama dan izinnya diucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.


Dekan

Dr. Nisadri Yusra, M.Ag
NIP. 19690206 199503 1 001

Sk Selesai Penelitian



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI CURUP
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT**

Jl. DR. A.K. Gani Kotak Pos 108 Telp. (0732) 21010 – 21759 Fax. 21010
Homepage : <http://www.iaincurup.ac.id> Email : admin@iaincurup.ac.id Kode Pos 39119

Nomor : 124/In.34/LPPM/PP.00.9/07/2025
Lampiran : -
Perihal : Surat Keterangan

Curup, 21 Juli 2025

SURAT KETERANGAN SELESAI MELAKUKAN PENELITIAN

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Yang bertanda tangan dibawah ini Kepala Pusat Layanan Produk Halal Lembaga Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat IAIN Curup, dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Tessi Mayori
NIM : 20681056
Program Studi : Ekonomi Syari'ah (ES)
Perguruan Tinggi : IAIN Curup

Bahwa yang tersebut diatas telah melakukan penelitian pada Pusat Layanan Produk Halal, Lembaga Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) IAIN Curup terkait dengan sertifikasi halal terhitung tanggal 04 Juni 2025 – 04 September 2025 dengan judul "Pengaruh Kesadaran dan Pemahaman Pelaku UMKM Terhadap Urgensi dan Manfaat Sertifikasi Halal di Era Digital"

Demikian surat keterangan ini kami buat dengan sebenarnya dan untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya

Wallahu Muwaffiq Ilaa Aqwamith Thorieq
Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Kepala Pusat Layanan Produk Halal,

Mabrur Syah, M.H.I
NIP 19800818 200212 1 003

BIODATA PENULIS



Tessi Mayori, lahir di Curup, Bengkulu pada tanggal 28 januari 2002, peneliti merupakan anak pertama dari pasangan bapak Ansori dan ibu Aminah, serta mempunyai saudara laki-laki Aldo Novriansyah. Peneliti menempuh pendidikan dimulai dari SD N 01 Rejang Lebong(tahun lulus 2014), melanjutkan SMP N 05 Rejang Lebong(tahun lulus 2017), melanjutkan ke Madrasah Aliyah Negeri rejang lebong(tahun lulus 2020). Pendidikan selanjutnya ke Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Curup, Rejang Lebong Bengkulu, dengan mengambil program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam. Peneliti berharap dengan adanya skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak.

