

SERTIFIKASI HALAL DAN PENGARUHNYA TERHADAP KINERJA UMKM

Raisa Fitri¹, Anastasia Ayu Anindya²
Universitas Negeri Malang, Indonesia^{1,2}

✉ Corresponding Author:
Nama Penulis: Raisa Fitri
E-mail: raisa.fitri.fe@um.ac.id

Abstract: *This study aims to explain the mediating role of innovation performance and market performance in the impact of halal certification on the performance of food product MSMEs in Malang Regency. Many MSME owners are still unaware of the importance of halal certification, despite it being an opportunity that should be utilized. Government support is expected to raise MSME awareness about the importance of halal certification, which in turn will improve their performance. This research employs quantitative methods and hypothesis testing with a sample of 188 MSMEs in Malang Regency whose products are already halal certified. Data was collected through an online questionnaire using a Likert scale (1-5) and analyzed using SEM-PLS. The results indicate that halal certification significantly impacts financial performance, innovation, and market performance. Furthermore, innovation performance is proven to mediate the effect of halal certification on financial performance.*

Keywords: *Halal Certification, MSME Performance, Innovation Performance, Financial Performance, Market Performance*

Abstrak: *Penelitian ini bertujuan menjelaskan peran mediasi kinerja inovasi dan kinerja pasar dalam pengaruh sertifikasi halal produk makanan terhadap kinerja UMKM di Kabupaten Malang. Banyak pelaku UMKM belum menyadari pentingnya status kehalalan produk, meski ini adalah peluang yang harus dimanfaatkan. Dukungan pemerintah diharapkan dapat meningkatkan kesadaran UMKM tentang pentingnya sertifikasi halal, yang pada gilirannya akan meningkatkan kinerja UMKM. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan pengujian hipotesis dengan sampel 188 UMKM di Kabupaten Malang yang produknya sudah bersertifikat halal. Data dikumpulkan melalui kuesioner online dengan skala likert (1-5) dan dianalisis menggunakan SEM-PLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sertifikasi halal berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan, inovasi, dan pasar. Selain itu, kinerja inovasi terbukti memediasi pengaruh sertifikasi halal terhadap kinerja keuangan.*

Kata kunci: *Sertifikasi Halal, Kinerja UMKM, Kinerja Inovasi, Kinerja Pasar, Kinerja Keuangan*

1. PENDAHULUAN

Saat ini ekonomi syariah memiliki peran dan potensi yang besar dalam perekonomian di Indonesia. Kegiatan ekonomi syariah dapat dikembangkan melalui kegiatan unit usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM), dimana data dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (Kemenkop) menunjukkan bahwa UMKM menyediakan lapangan kerja sebesar 97% dari tenaga kerja lokal dan menyumbang sebesar

SERTIFIKASI HALAL DAN PENGARUHNYA TERHADAP KINERJA UMKM

61,9% terhadap total produk domestik bruto (Santika, 2023).

Pemerintah mendorong peningkatan sertifikasi halal untuk mewujudkan ekonomi berbasis syariah (Yazid et al., 2020). Sesuai dengan aturan Undang-undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, untuk produk makan dan minuman dimana produk yang masuk, diedarkan, dan diperdagangkan harus bersertifikat halal. Kehalalan merupakan elemen penting yang harus diperhatikan ketika kita mengkonsumsi makanan, terutama untuk kalangan muslim yang ada di Indonesia. Konsep halal sekarang tidak hanya sebatas masalah agama saja tetapi berkembang menjadi bagian sebuah bisnis dan perdagangan. Berkembangnya pasar halal saat ini memiliki peluang yang besar yang bisa dimanfaatkan oleh masyarakat muslim untuk mempromosikan konsep halal itu sendiri. Konsep halal ini telah diterima oleh banyak industri makanan tidak hanya negara muslim tetapi juga non-muslim, seperti di Filipina. Dengan adanya sertifikasi halal dapat meningkatkan kesadaran masyarakat muslim di Filipina akan pentingnya inovasi yang menghasilkan produk dan layanan halal (Salindal, 2019).

Fakta ini menunjukkan bahwa umat Muslim maupun nonmuslim dengan adanya sertifikasi halal merupakan peluang untuk melakukan inovasi bagi produsen UMKM makanan halal untuk bersaing di pasar global (Nooh et al., 2007). Perubahan yang cepat di berbagai bidang industri dan usaha disertai dengan inovasi membawa tantangan tersendiri bagi UMKM, yang terpenting adalah bagaimana UMKM dapat menjaga (kelangsungan hidup, pertumbuhan, dan profitabilitas) selama tahap siklus hidup mereka (Chaston, 2000).

Pada awalnya banyak pelaku UMKM di Kabupaten Malang yang belum sadar akan pentingnya status kehalalan untuk produk yang dihasilkan, sehingga peluang ini belum bisa dimanfaatkan secara optimal untuk meningkatkan kinerja UMKM. Jumlah UMKM di Kabupaten Malang sekitar 427.706 tahun 2019 (Dinas Koperasi, 2019), peluang ini seharusnya dapat dimanfaatkan oleh pelaku UMKM untuk meningkatkan kinerja UMKM dengan mendaftarkan produknya agar memiliki sertifikasi halal. Keberadaan UMKM sangat mendukung keberadaan kota wisata dimana Kabupaten Malang merupakan tempat tujuan wisata internasional. Di sisi lain, produk UMKM bersertifikat halal dianggap telah memenuhi aspek kebersihan, higienitas, dan jaminan kualitas (Yusuf et al., 2016a).

Akan tetapi sejak dua tahun belakang ini pemerintah melalui Kementerian Agama memberikan program sertifikasi halal secara gratis untuk UMKM agar pelaku UMKM

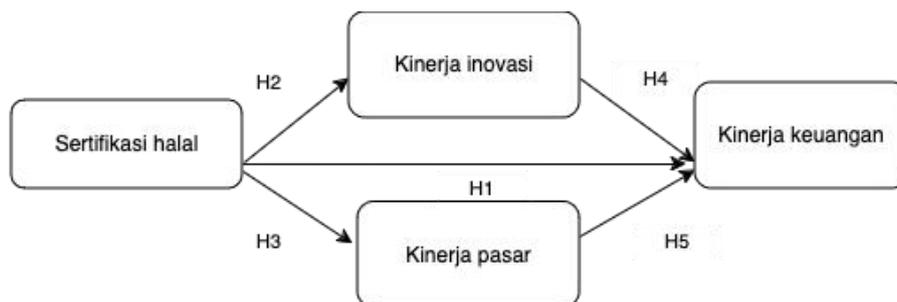
SERTIFIKASI HALAL DAN PENGARUHNYA TERHADAP KINERJA UMKM

mendaftarkan produknya secara online untuk mendapatkan sertifikasi halal. Oleh karena itu, dengan adanya program tersebut maka pemerintah mendukung akan pentingnya sertifikasi halal untuk produk yang dihasilkan oleh UMKM yang bertujuan untuk meningkatkan kinerja UMKM itu sendiri. Produk yang sudah bersertifikasi halal mendapatkan kepercayaan di mata konsumen dan diterima pasar yang pada akhirnya akan meningkatkan pangsa pasar sehingga memiliki dampak positif sertifikasi halal terhadap pertumbuhan bisnis (Yusuf et al., 2016a).

Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan pemahaman bagaimana pengaruh sertifikasi halal produk makanan terhadap kinerja UMKM yang dimediasi oleh kinerja inovasi dan kinerja pasar yang menerapkan standar halal untuk produk yang dihasilkan, mulai dari penyediaan bahan sampai penyajian produk.

Berdasarkan tinjauan literatur, penelitian mengenai sertifikasi halal banyak dilakukan di Malaysia dan Filipina. Sedangkan di Indonesia mayoritas muslim tersebar sebanyak 87,2 % dari jumlah populasi (Matsuki, 2020) sehingga peluang UMKM untuk melakukan inovasi dengan memproduksi makanan halal sangat terbuka lebar. Peluang tersebut seharusnya dapat dimanfaatkan oleh UMKM agar bisa berkompetisi di pasar global yang nantinya akan meningkatkan kinerja UMKM di Kabupaten Malang.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan maka dapat digambarkan hipotesis sebagai berikut:



Gambar 1. Model Kerangka Konseptual

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pengujian hipotesis. Pengambilan data dengan menggunakan kuesioner dan penilaian skala likert (1-5) yang dibagikan kepada 216 pelaku UMKM di Kabupaten Malang dengan kategori produk

SERTIFIKASI HALAL DAN PENGARUHNYA TERHADAP KINERJA UMKM

makanan yang sudah terdaftar sertifikasi halal. Penyebaran kuesioner dilakukan oleh peneliti dan dibantu anggota komunitas UMKM di Kabupaten Malang untuk mendapatkan hasil yang representatif. Jumlah kuesioner yang terkumpul 188, sedangkan sisanya 28 kuesioner dihapus karena data yang diisi tidak lengkap. Untuk menjelaskan pentingnya sertifikasi halal terhadap kinerja UMKM, maka teknis analisis yang digunakan yaitu Structural Equation Modeling Partial Least Square (SEM-PLS). Seperti yang dijelaskan oleh Ghazali & Latan, (2015) bahwa SEM-PLS digunakan untuk membangun kerangka teoritis. Pendekatan PLS berfungsi untuk menjelaskan ada atau tidak adanya korelasi antara variabel laten.

3. HASIL PENELITIAN

Deskripsi Karakteristi Responden

Jumlah responden sebanyak 188 pelaku UMKM produk makanan yang berada di Kabupaten Malang yang sudah terdaftar sertifikasi halal. Pada tahap ini, responden pelaku UMKM diklasifikasikan berdasarkan lama usaha berdiri, jumlah karyawan, dan kepemilikan PIRT (Sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah Tangga). Berikut ini hasil dari karakteristik responden dirangkum dalam table 1.

Tabel 1. Profil UMKM

Lama Usaha	N	(%)
1-5 tahun	143	76.50
6-10 tahun	40	21.4
11-15 tahun	2	1.10
16-20 tahun	2	0.50
> 21 tahun	1	0.50
Jumlah karyawan		
Mikro (1-10)	170	90.40
Kecil (11-50)	18	9.60
Kepemilikan PIRT		
Terdaftar	125	66.50
Belum terdaftar	63	33.50

Sumber: Data Primer diolah, 2024

Hasil dari analisis statistika deskriptif didapatkan data UMKM masih tergolong baru dikarenakan usia berdirinya usaha dalam kurun waktu 1-5 tahun dengan jumlah

SERTIFIKASI HALAL DAN PENGARUHNYA TERHADAP KINERJA UMKM

paling banyak yaitu 143 UMKM, dimana paling banyak kategori usahanya yaitu usaha mikro berjumlah 170. Penjelasan lain dari penelitian ini bahwa, sebanyak 125 UMKM sudah memiliki PIRT sedangkan sisanya 63 belum memiliki PIRT. Seperti disebutkan sebelumnya bahwa kesadaran UMKM terhadap sertifikasi halal meningkat, hal tersebut dibuktikan bahwa UMKM harus memiliki surat PIRT terlebih dahulu sebelum mendaftar sertifikasi halal, akan tetapi data yang ada di lapangan menyatakan bahwa ada 63 UMKM yang sudah bersertifikasi halal tetapi belum memiliki PIRT.

Model Pengukuran

Evaluasi model menurut (Haryono, 2017) dalam *Partial Least Square* ada dua tahap yaitu evaluasi outer dan inner model. Seperti yang ditunjukkan di tabel 2 menunjukkan model pengukuran yaitu *reliability*, *composite reliability*, *average variance extracted*, *discriminant validity*, and *convergent validity*. Suatu indikator dikatakan valid bila nilai loading factor $\geq 0,7$. Dalam penelitian ini menggunakan loading factor $\geq 0,7$ sesuai dengan (Joseph F. Hair, 2021). Untuk mendapatkan hasil yang sesuai, beberapa item harus dikeluarkan dari model (bisa dilihat pada tabel 3). Selanjutnya nilai *Cronbach's Alpha* (CA) dan *Composite Reliability* (CR) mendapatkan hasil reliabel apabila memiliki nilai diatas 0,7 seperti yang direkomendasikan (Hair et al., 2010; Straub, 1989). Dari hasil yang ditunjukkan pada tabel 3, seluruh variabel (kinerja keuangan, sertifikasi halal, kinerja inovasi dan kinerja pasar) memiliki nilai CR lebih besar dari 0,7 maka variable tersebut dinyatakan reliabel. Begitu pula pada nilai *Average variance extracted* (AVE). Dalam Tabel 3, nilai (AVE) merujuk pada penelitian (Hair et al., 2010).

Tabel 2. Factors loadings, Cronbach alpha, CR, & AVE

	Factor Loading	Cronbach alpha	CR	AVE
Kinerja keuangan		0.948	0.956	0.731
FPR1	0.853			
FPR2	0.866			
FPR3	0.885			
FPR4	0.882			
FPR5	0.870			
FPR6	0.849			
FPR7	0.809			
FPR8	0.825			
Sertifikasi halal		0.969	0.974	0.822
HCL1	0.907			
HCL2	0.919			
HCL3	0.911			
HCL4	0.916			

SERTIFIKASI HALAL DAN PENGARUHNYA TERHADAP KINERJA UMKM

HCL5	0.923			
HCL6	0.936			
HCL7	0.861			
HCL8	0.878			
Kinerja inovasi		0.954	0.962	0.785
IPR1	0.897			
IPR2	0.889			
IPR3	0.874			
IPR4	0.891			
IPR5	0.901			
IPR6	0.879			
IPR7	0.870			
		0.925	0.943	0.769
MPR1	0.877			
MPR2	0.903			
MPR3	0.849			
MPR5	0.899			
MPR6	0.854			

Sumber: Data Primer diolah, 2024

Selain itu, validitas diskriminan dalam hasil penelitian ini juga tercapai, karena item-item tersebut memuat sebagian besar konstruksinya namun berbeda pada konstruksi lainnya, dan semua nilai lebih rendah dari 0,85, yang menunjukkan validitas diskriminan (Fornell & Larcker, D.F, 1981). Syarat terakhir adalah menguji validitas diskriminan, seperti terlihat pada Tabel 3 nilai korelasi antar konstruk lebih kecil dari akar kuadrat AVE.

Discrimant Validity dihitung dengan menggunakan akar kuadrat AVE atau Fornell Lacker Criterion dengan kriteria bahwa apabila akar kuadrat AVE harus lebih besar dari nilai antar konstruk laten, maka hal ini dapat diartikan indikator valid (Fornell & Larcker, D.F, 1981). Seperti pada tabel 3 bahwa nilai validitas diskriminan dalam hasil penelitian ini juga tercapai sesuai dengan kriteria Fornell-Larcker adalah bahwa akar AVE variabel lebih besar dari korelasi antara variabel. Tabel Fornell-Lacrker Criterion dapat dilihat di bawah ini:

Tabel 3. Discrimant Validity

Variable	Kinerja keuangan	Sertifikasi halal	Kinerja inovasi	Kinerja pasar
Kinerja keuangan	0.855			
Sertifikasi halal	0.543	0.907		
Kinerja inovasi	0.806	0.644	0.886	
Kinerja Pasar	0.847	0.423	0.732	0.877

Sumber: Data Primer diolah, 2024

SERTIFIKASI HALAL DAN PENGARUHNYA TERHADAP KINERJA UMKM

Evaluasi Nilai R Square

Berdasarkan data yang diperoleh, perlu diketahui bahwa R² kinerja keuangan bernilai 0,796, yang menurut Chin (1998) termasuk dalam tingkat kuat, sedangkan untuk Kinerja inovasi masuk dalam tingkatan moderat. Selanjutnya untuk R² termasuk dalam tingkat lemah.

Tabel 4. Nilai R² Variabel Laten Penelitian

	<i>R Square</i>	<i>R Square Adjusted</i>
Kinerja keuangan	0.796	0.792
Kinerja inovasi	0.414	0.411
Kinerja pasar	0.179	0.175

Sumber: Data Primer diolah, 2024

Uji Hipotesis

Hasil dari pengujian hipotesis diperoleh keismpuan dijelaskan dalam tabel 5 berikut ini:

Tabel 5. Hasil Uji Hipotesis

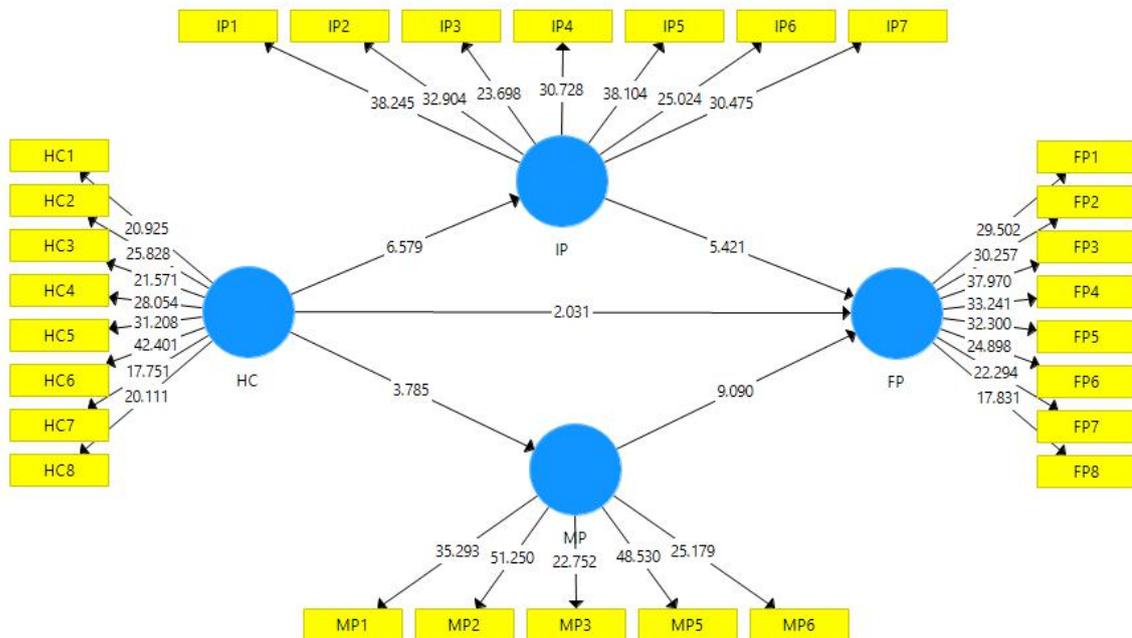
	Original Sample (O)	T Statistics	P Values	Hypothesis result
Sertifikasi halal -> Kinerja keuangan	0.088	2.045	0.041	Diterima
Sertifikasi halal -> Kinerja inovasi	0.644	6.544	0.000	Diterima
Sertifikasi halal -> Kinerja pasar	0.423	3.774	0.000	Diterima
Kinerja inovasi -> Kinerja keuangan	0.338	5.440	0.000	Diterima
Kinerja pasar -> Kinerja keuangan	0.562	9.052	0.000	Diterima

Sumber: Data Primer diolah, 2024

Dari pengujian hipotesis H1, hasil penelitian ini membuktikan pengaruh positif dari variabel Sertifikasi halal terhadap Kinerja keuangan ($\beta = 0.088$, $t = 2.045$, $p < 0.05$),

SERTIFIKASI HALAL DAN PENGARUHNYA TERHADAP KINERJA UMKM

hipotesis H1 diterima. Pengujian hipotesis H2 juga memperlihatkan hal yang sama, variable Sertifikasi halal berpengaruh positif terhadap Kinerja inovasi ($\beta = 0.644$, $t = 6.544$, $p < 0.05$). Begitu pula pengujian hipotesis H3 membuktikan bahwa variable Sertifikasi halal berpengaruh positif terhadap Kinerja pasar ($\beta = 0.423$, $t = 3.774$, $p < 0.05$). Selanjutnya pada pengujian hipotesis 4 juga menunjukkan temuan Kinerja inovasi terbukti memiliki efek positif terhadap Kinerja keuangan ($\beta = 0.338$, $t = 5.440$, $p < 0.05$), sehingga hipotesis H4 diterima. Begitu pula pada pengujian H5 menunjukkan hasil bahwa Kinerja pasar memiliki efek positif terhadap Kinerja keuangan ($\beta = 0.562$, $t = 9.052$, $p < 0.05$), sehingga hipotesis H5 diterima.



Gambar 2. Path Diagram t-value

Tabel 6. Uji Mediasi

	Original Sample (O)	T Statistics	P Values	Hypothesis testing
Sertifikasi halal -> Kinerja inovasi -> Kinerja keuangan	0.217	4.176	0.000	Diterima
Sertifikasi halal -> Kinerja pasar -> Kinerja keuangan	0.238	3.463	0.001	Diterima

Sumber: Data Primer diolah, 2024

SERTIFIKASI HALAL DAN PENGARUHNYA TERHADAP KINERJA UMKM

Pada pengujian pengaruh tidak langsung, penelitian ini mampu mengkonfirmasi Kinerja inovasi memediasi hubungan antara Sertifikasi halal terhadap Kinerja keuangan ($\beta = 0.217$, $t = 4.176$, $p < 0.05$) sehingga H5 dinyatakan diterima. Begitu pula pengaruh tidak langsung variabel Kinerja pasar memediasi hubungan antara Sertifikasi halal terhadap Kinerja keuangan ($\beta = 0.238$, $t = 3.463$, $p < 0.05$) sehingga H6 dinyatakan diterima.

4. PEMBAHASAN

Temuan penelitian menjelaskan efek positif sertifikasi halal terhadap kinerja UMKM di Kabupaten Malang, merujuk pada hipotesis pertama bahwa sertifikasi halal berpengaruh terhadap kinerja keuangan sehingga hasil H1 diterima. Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin baik penerapan sertifikasi halal maka akan meningkatkan kinerja keuangan UMKM. Kesadaran UMKM di Kabupaten Malang akan pentingnya produk halal diaktualisasikan dalam bentuk sertifikasi halal pada produk makanan yang mereka hasilkan. Kepatuhan UMKM akan sertifikasi halal karena dukungan dari pemerintah melalui Kementerian Agama dengan memberikan program sertifikasi halal secara gratis untuk UMKM agar pelaku UMKM mendaftarkan produknya secara online untuk mendapatkan sertifikasi halal. Oleh karena itu, kepatuhan umkm akan pentingnya bagaimana proses halal mulai dari bahan baku sampai pemasaran dilakukan sesuai dengan ajaran Islam yang dianjurkan.

Temuan ini mendukung penelitian (Santosa et al., 2022) yang menemukan korelasi positif sertifikasi halal terhadap kinerja keuangan. Begitupun dengan penelitian (Nordin et al., 2016) menyatakan bahwa sertifikasi halal mempunyai banyak manfaat bagi perusahaan dimana perusahaan yang mendapatkan sertifikat halal akan meningkatkan kepuasan terhadap produknya dan akan meningkatkan kinerja keuangan. Dalam penelitian terhadap 210 perusahaan pengolahan makanan bersertifikat halal di Malaysia, (Talib et al., 2017) menemukan bahwa peran sertifikasi halal pada makanan meningkatkan kinerja keuangan.

Temuan hipotesis kedua, mengkonfirmasi bahwa ada pengaruh sertifikasi halal terhadap inovasi, dengan adanya temuan ini membuktikan bahwa UMKM yang sudah memiliki sertifikasi halal mampu melakukan inovasi dengan mengasikkan inovasi produk

SERTIFIKASI HALAL DAN PENGARUHNYA TERHADAP KINERJA UMKM

baru yang berkualitas. Temuan ini mendukung hasil dari (Salindal, 2019) adanya sertifikasi halal dapat mempengaruhi kinerja inovatif perusahaan yang bersertifikasi halal di Filipina. Perusahaan yang mengadopsi halal inovasi akan meningkatkan kinerja inovasi dengan penerapan sertifikasi halal mulai dari penggunaan bahan baku yang halal, pengolahan dilakukan secara halal, penggunaan kemasan halal sampai menghasilkan produk yang halal.

Hasil pada H3 mengkonfirmasi bahwa Sertifikasi halal memiliki efek positif terhadap kinerja pasar. Temuan ini diperjelas dalam item indicator yang menyatakan bahwa penjualan produk UMKM yang sudah bersertifikasi halal meningkat dari sebelumnya.

Oleh karena itu, produk yang sudah bersertifikasi halal mendapatkan kepercayaan di mata konsumen dan diterima pasar yang pada akhirnya akan meningkatkan pangsa pasar sehingga memiliki dampak positif sertifikasi halal terhadap pertumbuhan bisnis (Yusuf et al., 2016a). Namun hal ini bertolak belakang dengan hasil dari (Giyanti et al., 2021) bahwa sertifikasi halal tidak dapat mempengaruhi kinerja pasar secara langsung.

Temuan dari H4 menjelaskan bahwa kinerja inovasi memiliki efek positif terhadap kinerja keuangan. Temuan ini selaras dengan penelitian Gunday dkk., (2011) yang menunjukkan bahwa kinerja inovasi pada perusahaan atau bisnis mengarah pada dampak positif pada pertumbuhan dan profitabilitas. UMKM yang selalu berinovasi untuk selalu mengembangkan produk yang dihasilkan akan cenderung mengalami peningkatan dalam kinerja keuangannya.

Hasil dari H5 membuktikan peran kinerja pasar dapat meningkatkan kinerja keuangan UMKM. Item indicator yang menyatakan bahwa produk UMKM mampu menguasai pasar yang ditargetkan sehingga dengan adanya kehalalan produk yang dihasilkan, UMKM di Kabupaten Malang setuju bahwa peningkatan penjualan, peningkatan pangsa pasar, tingkat kepuasan pelanggan yang lebih tinggi adalah alasan utama untuk peningkatan kinerja pasar yang akan meningkatkan kinerja UMKM secara finansial. Temuan ini didukung oleh (Hendijani Fard & Seyyed Amiri, 2018) yang menyarankan bahwa UKM makanan halal harus inovatif, proaktif, oportunistik, berani dalam pengambilan risiko yang nantinya mendapatkan keuntungan yang lebih tinggi.

Hasil temuan lain pada penelitian ini mengkonfirmasi bahwa inovatif

SERTIFIKASI HALAL DAN PENGARUHNYA TERHADAP KINERJA UMKM

performance dan mampu memediasi pengaruh tidak langsung sertifikasi halal terhadap kinerja keuangan sehingga H6 dan H7 diterima. Temuan ini selaras dengan penelitian sebelumnya (Salindal, 2019); mengungkapkan bahwa implementasi yang tepat dari halal sertifikasi berdampak positif terhadap kinerja inovatif. Pengaruh tidak langsung inovasi halal diharapkan memberikan peningkatan kinerja pasar melalui mediasi kinerja inovatif. Dalam hal ini, kinerja inovatif memainkan peran sebagai hub efektif yang membawa efek positif dari halal inovasi sertifikasi terhadap kinerja pasar. Dapat dilihat dari karakteristik responden UMKM, meskipun UMKM yang bergerak masih berskala mikro namun mereka mampu menunjukkan inovatif performance nya dalam hubungannya dengan produk makanan halal yang dihasilkan. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya, (Salindal, 2019).

5. KESIMPULAN

Kesimpulan menjelaskan bahwa adanya pengaruh sertifikasi halal meningkatkan kinerja UMKM. Kesadaran UMKM akan sertifikasi halal meningkat dikarenakan kepatuhan UMKM terhadap aturan pemerintah tentang jaminan produk halal dimana produk yang masuk kategori jenis makanan dan minuman yang diedarkan dan diperjualbelikan harus bersertifikasi halal. Selain itu, factor pendorong lainnya adalah dukungan dari pemerintah untuk memberikan program kepengurusan sertifikasi halal secara gratis dan mandiri kepada UMKM secara online, sehingga dengan adanya kepatuhan UMKM akan sertifikasi halal akan meningkatkan kinerja UMKM itu sendiri. Temuan lain dalam penelitian ini kaitannya sertifikasi halal dengan kinerja inovasi dan membuktikan bahwa dengan adanya kinerja inovasi membawa peningkatan inovasi UMKM dan yang nantinya akan mendorong peningkatan kinerja bisnis makanan yang sudah bersertifikasi halal.

Temuan yang dihasilkan diharapkan dapat memberikan motivasi tentang kesadaran pelaku bisnis khususnya UMKM di Kabupaten Malang tentang pentingnya sertifikasi halal untuk meningkatkan kinerja UMKM, yang nantinya produk makanan halal yang dihasilkan bisa bersaing di pasar secara luas. Apalagi Indonesia merupakan negara muslim dimana kehalalan merupakan elemen penting yang harus diperhatikan ketika kita mengkonsumsi makanan, khususnya bagi mayoritas muslim yang ada di Indonesia.

SERTIFIKASI HALAL DAN PENGARUHNYA TERHADAP KINERJA UMKM

Sehingga konsep penting kehalalan produk ini bisa dioptimalkan untuk UMKM agar produk yang dihasilkan bukan hanya untuk masyarakat muslim akan tetapi untuk masyarakat non muslim.

6. REFERENSI

- Aziz, Y. A., & Chok, N. V. (2013). The Role of Halal Awareness, Halal Certification, and Marketing Components in Determining Halal Purchase Intention Among Non-Muslims in Malaysia: A Structural Equation Modeling Approach. *Journal of International Food & Agribusiness Marketing*, 25(1), 1–23. <https://doi.org/10.1080/08974438.2013.723997>
- Chaston, L. (2000). *Entrepreneurial Marketing: Competing By Challenging Convention*. Basingstoke: Macmillan Business.
- Chin, W. W. (1988). The partial least squares approach for structural equation modeling. In *Modern methods for business research* (pp. 295–336). Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- Dinas Koperasi. (2019). *Koperasi, Usaha, Kecil & Menengah*. Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Malang.
- Fornell, C., & Larcker, D.F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares Konsep Teknik dan Aplikasi dengan Program Smart PLS 3.0*. Semarang: Universitas Diponegoro Semarang.
- Golnaz, R., Zainalabidin, M., Nasir, M., & Chiew, E. (2010). Non-Muslims' awareness of Halal principles and related food products in Malaysia. *International Food Research Journal*, 17, 667–674.
- Gunday, G., Ulusoy, G., Kilic, K., & Alpkan, L. (2011). Effects of innovation types on firm performance. *International Journal of Production Economics*, 133(2), 662–676. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2011.05.014>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis*. 7th Edition. Pearson, New York.
- Haque, A., Sarwar, A., Yasmin, F., Tarofder, A. K., & Hossain, M. A. (2015). Non-Muslim consumers' perception toward purchasing halal food products in Malaysia. *Journal of Islamic Marketing*, 6(1), 133–147. <https://doi.org/10.1108/JIMA-04-2014-0033>
- Haryono, S. (2017). *Metode SEM Untuk Penelitian Manajemen Amos Lisrel PLS*. <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/pustaka/136193/metode-sem-untuk-penelitian-manajemen-amos-lisrel-pls.htm>
- Hendijani Fard, M., & Seyyed Amiri, N. (2018). The effect of entrepreneurial marketing on halal food SMEs performance. *Journal of Islamic Marketing*, 9(3), 598–620. <https://doi.org/10.1108/JIMA-12-2016-0097>
- Ismail, F. R. B. H., & Nasiruddin, K. B. (2014). Perception of Non-Muslim Consumers towards Halal Products in Malaysia. *International Journal of Accounting and Business Management* (, 2(1), 128–133.
- Joseph F. Hair, Jr. ; G. T. M. H. C. M. R. M. S. (2021). *A primer on partial least squares*

SERTIFIKASI HALAL DAN PENGARUHNYA TERHADAP KINERJA UMKM

- structural equation modeling (PLS-SEM)-Third Edition.
- Mathew, V. N., Abdullah, A. M. R. binti A., & Ismail, S. N. binti M. (2014). Acceptance on Halal Food among Non-Muslim Consumers. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 121, 262–271. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.01.1127>
- Matsuki. (2020, November 6). Menjadi Muslim, Menjadi Indonesia (Kilas Balik Indonesia Menjadi Bangsa Muslim Terbesar). *Kemenag.Go.Id.* <https://kemenag.go.id/opini/menjadi-muslim-menjadi-indonesia-kilas-balik-indonesia-menjadi-bangsa-muslim-terbesar-03w0yt>
- Nooh, M. N. B., Nawai, N. B., & Dali, N. R. S. B. M. (2007). Halal Certification: What the SME Producers Should Know. *Proceedings of the 1st Entrepreneurship & Management International Conference*, Kuala Lumpur, 5–22.
- Nordin, D., Husain, R., Yulia, A., Basar, S. A., & Salleh, M. F. (2016). The Effect Of Halal Certification On Financial Performance Of Halal Food Companies In Malaysia. *Proceedings Of Unisel Bestari Research Projects (UBRP)*.
- Salindal, N. A. (2019). Halal certification compliance and its effects on companies' innovative and market performance. *Journal of Islamic Marketing*, 10(2), 589–605. <https://doi.org/10.1108/JIMA-04-2018-0080>
- Santika, E. (2023, October 13). Kontribusi Usaha Mikro RI untuk PDB Hampir Meyamakan Perusahaan Besar. *Databoks.* <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/10/13/kontribusi-usaha-mikro-ri-untuk-pdb-hampir-menyamakan-perusahaan-besar>
- Santosa, C. W., Fahma, F., & Damayanti, R. W. (2022). Effect of Halal Certification on Logistic Performance and Financial Performance. *Jurnal Teknik Industri*, 24(2), 117–128. <https://doi.org/10.9744/jti.24.2.117-128>
- Straub, D. W. (1989). Validating Instruments in MIS Research. *MIS Quarterly*, 13(2), 147–169.
- Talib, M., Chin, T. A., & Fischer, J. (2017). Linking halal food certification and business performance. *British Food Journal*, 119(7), 1606–1618.
- Wibowo, M. W., & Ahmad, F. S. (2016). Non-Muslim Consumers' Halal Food Product Acceptance Model. *Procedia Economics and Finance*, 37, 276–283. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(16\)30125-3](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(16)30125-3)
- Yazid, F., Kamello, T., Nasution, Y., & Ikhsan, E. (2020). Strengthening Sharia Economy Through Halal Industry Development in Indonesia. 413(Icolgis 2019), 86–89. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.200306.187>
- Yusuf, A. H., Shukor, S. A., & Bustamam, U. S. A. (2016a). Halal Certification vs Business Growth of Food Industry in Malaysia. *Journal of Economics, Business and Management*, 4(3), 247–251. <https://doi.org/10.7763/JOEBM.2016.V4.399>
- Yusuf, A. H., Shukor, S. A., & Bustamam, U. S. A. (2016b). Halal Certification vs Business Growth of Food Industry in Malaysia. *Journal of Economics, Business and Management*, 4(3), 247–.