



Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, dan Kontrol Perilaku Terhadap Niat Sertifikasi Halal UMKM di Kota Surabaya

Dewi Alvi Komariah

Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomika dan Bisnis,
Universitas Negeri Surabaya, Indonesia

*Email Korespondensi: dewi.22157@mhs.unesa.ac.id

Diterima: 18-07-2026 | Disetujui: 24-07-2026 | Diterbitkan: 26-07-2026

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of attitude, subjective norms, and behavioral control on the intention of MSMEs in Surabaya City to obtain halal certification. A quantitative approach using an explanatory survey was employed, utilizing primary data collected through questionnaires distributed to MSME owners in the food and beverage sector who do not yet possess halal certification. Data analysis was conducted using multiple linear regression with the aid of IBM SPSS Statistics. The results indicate that attitude, subjective norms, and behavioral control have a positive and significant influence on MSMEs' intention to obtain halal certification, both partially and simultaneously. The study suggests that fostering positive attitudes, garnering social environment support, and strengthening MSME owners' confidence in overcoming obstacles can enhance the intention to apply for halal certification.

Keywords: Attitude, Subjective Norms, Behavioral Control, Halal Certification Intention, MSMEs.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku terhadap niat sertifikasi halal UMKM di Kota Surabaya. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan eksplanatory survey menggunakan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada pelaku UMKM sektor makanan dan minuman yang belum memiliki sertifikat halal. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan IBM SPSS Statistic. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat sertifikasi halal UMKM baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini mengindikasikan bahwa peningkatan sikap positif, dukungan lingkungan sosial, serta keyakinan pelaku UMKM dalam mengatasi berbagai kendala maupun meningkatkan niat untuk mengajukan sertifikasi halal.

Kata kunci: Attitude, Subjective Norms, Behavioral Control, Halal Certification Intention, MSMEs.

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Komariah, D. A. . (2026). Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, dan Kontrol Perilaku Terhadap Niat Sertifikasi Halal UMKM di Kota Surabaya. Indonesia Economic Journal, 2(2), 2176-2197. <https://doi.org/10.63822/eeak7018>

PENDAHULUAN

Perkembangan Perkembangan ekonomi halal global di Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang signifikan yang terdiri dari berbagai macam sektor mulai dari makanan, kosmetik, farmasi, fashion hingga pariwisata. Laporan *Global Islamic Economy Indicator* tahun 2024 menempatkan Indonesia pada peringkat ketiga negara dengan ekonomi syariah terbaik di dunia setelah negara Malaysia dan Arab Saudi dengan kemajuan di sektor makanan halal, busana muslim, media Islami, dan keuangan syariah (DinarStandard, 2025). Selain itu, Indonesia memiliki posisi strategis dalam rantai pasok halal global, dimana peningkatan ekosistem halal dunia dapat mendorong adanya peningkatan kebutuhan jaminan halal pada produk nasional (Alamsyah et al., 2022)

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia yang menyumbang sekitar lebih dari 60% PDB nasional dan menyerap sekitar 97% tenaga kerja. Kontribusi UMKM terhadap ekspor nasional Indonesia mencapai sekitar 15,7% dari total ekspor. Kontribusi UMKM terhadap ekspor tersebut juga akan terus ditingkatkan pada tahun ini sehingga akan mendukung pencapaian target pertumbuhan ekspor sekitar 9% dalam lima tahun mendatang, hingga sampai saat ini jumlah UMKM mencapai lebih dari 64 juta unit usaha. (Kemenkop, 2025). Distribusi UMKM berdasarkan kategori sektor usaha menunjukkan bahwa sektor perdagangan menjadi yang terbesar yaitu sekitar 14,43 juta unit. Selanjutnya diikuti oleh sektor akomodasi serta makanan dan minuman sebanyak 6,4 juta unit. Dalam hal ini, UMKM di sektor makanan dan minuman menjadi sektor paling dominan dalam industri halal karena langsung berkaitan dengan konsumsi masyarakat dan memiliki potensi risiko kehalalan yang paling tinggi. Besarnya jumlah pelaku usaha pada sektor ini menjadikan sertifikasi halal sebagai kebutuhan strategis tidak hanya untuk memenuhi syarat regulasi, tetapi juga untuk meningkatkan kepercayaan dan loyalitas konsumen.

UMKM sektor makanan dan minuman merupakan salah satu sektor yang memberikan kontribusi yang dominan terhadap pertumbuhan perekonomian nasional. Pada Triwulan II/2024 lapangan usaha penyediaan akomodasi dan makan minuman mencatat kontribusi sebesar Rp145.865,6 miliar atau 2,63% terhadap total Produk Domestik Bruto (PDB) nasional yang mencapai Rp5.536.495,2 miliar. Dalam hal ini, sektor penyediaan makan minum memberikan kontribusi 2,03% pada periode yang sama. Jika dibandingkan dengan Triwulan I/2023, kontribusi sektor ini menunjukkan pertumbuhan yang positif yang terlihat dari peningkatan persentase kontribusi pada setiap kuartal sepanjang 2023 hingga 2024. Dengan adanya peningkatan tersebut menunjukkan bahwa aktivitas usaha di bidang makanan dan minuman terus berkembang, didukung oleh tingginya permintaan masyarakat serta peran UMKM sebagai penggerak utama pada sektor tersebut. Gambarr

Kota Surabaya menunjukkan adanya pertumbuhan ekonomi yang positif pada tahun 2024 yaitu mencapai sekitar 5,45 % lebih tinggi dibandingkan dengan pertumbuhan ekonomi Jawa Timur yaitu sebesar 4,91 % dan nasional sebesar 4,95 %. Faktor utama yang mendorong adanya pertumbuhan ini adalah konsumsi rumah tangga dan belanja pemerintah yang di dukung oleh peningkatan investasi proyek dan perluasan bisnis. Sebagai sebuah kota besar, perkembangan ekonomi Surabaya didorong oleh sektor industri dan layanan, terutama dalam bidang perdagangan dan jasa. Pada sektor tersebut terus menunjukkan perkembangan yang signifikan, mencerminkan daya saing yang tinggi serta lingkungan usaha yang mendukung kemajuan ekonomi. Dengan adanya stabilitas ekonomi yang terjaga dan proyek pembangunan yang sedang dilaksanakan, Surabaya semakin memperkuat perannya sebagai pusat ekonomi di Jawa Timur dan memberikan kontribusi penting terhadap pertumbuhan ekonomi di tingkat nasional. Berdasarkan data

dari Dinas Koperasi dan UMKM Kota Surabaya tahun 2024 terdapat lebih 60.000 UMKM yang aktif di Kota Surabaya dan terdapat sekitar 55.509 UMKM bergerak di bidang sektor makanan dan minuman. Namun dari jumlah tersebut baru sekitar 40 persen UMKM yang telah mengantongi sertifikasi halal yaitu hanya sekitar 980 UMKM yang telah memiliki sertifikasi halal. Dalam hal ini dijelaskan bahwa tingkat kesadaran pelaku usaha di Kota Surabaya terhadap pentingnya sertifikasi halal perlu ditingkatkan agar sejalan dengan perkembangan industri halal nasional dan potensi perkembangan ekonomi di Kota Surabaya

Kota Tangerang merupakan sebuah Kota yang termasuk dalam top 20 Kota dengan jumlah produk bersertifikasi halal terbanyak di Indonesia yaitu berada pada peringkat ketiga setelah Kota Jakarta Utara dan Kota Jakarta Timur. Jika dibandingkan dengan Kota Surabaya, berdasarkan data Laju Pertumbuhan Ekonomi dari Badan Pusat Statistik Kota Tangerang ditahun 2023 yaitu sekitar 5,57 % dan selanjutnya ditahun 2024 tumbuh melambat yaitu sekitar 5,04 %. Pada Triwulan II tahun 2025 dari Kota Tangerang menunjukkan Laju pertumbuhan ekonomi sebesar 5,20 % lebih rendah jika dibandingkan dengan Kota Surabaya yang memiliki tingkat pertumbuhan ekonomi ditahun 2024 sekitar 5,45% dan meningkat sepanjang di tahun 2025 yaitu sekitar 5,76% yang masih melampaui rata rata pertumbuhan ekonomi Jawa Timur. Hasil pencapaian ini di dukung oleh adanya penguatan ekonomi kerakyatan berbasis UMKM dan layanan digitalisasi. Dalam hal ini menunjukkan adanya kesenjangan mengapa Kota Tangerang lebih banyak pelaku usaha yang memiliki sertifikasi halal dibandingkan dengan Kota Surabaya yang memiliki pertumbuhan ekonomi yang positif. Dalam hal ini aktivitas ekonomi menjadi meningkat sehingga dapat mendorong adanya persaingan antar pelaku usaha atau UMKM menjadi semakin kuat. Dengan adanya kondisi tersebut menunjukkan adanya kesenjangan dimana Kota Surabaya sebagai wilayah dengan pertumbuhan ekonomi yang lebih tinggi justru belum diikuti oleh tingginya tingkat kepemilikan sertifikasi halal UMKM. Padahal, dalam kondisi persaingan pasar yang semakin ketat, sertifikasi halal berperan sebagai strategi dalam pemingkatan daya saing dan kepercayaan konsumen yang dapat memperkuat posisi UMKM di pasar. Dijelaskan pada penelitian (Hidayat, 2024) bahwa sertifikasi halal tidak hanya berdampak kepatuhan regulasi saja tetapi juga dapat menjadi instrumen yang penting dalam meningkatkan daya saing UMKM.

Dalam rangka upaya untuk memperkuat kepastian halal suatu produk, pemerintah BPJPH menerbitkan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (JPH) yang diperkuat oleh Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2024 tentang Penyelenggaraan Bidang Jaminan Produk Halal. Bagi pelaku usaha menengah dan keatas kewajiban tersebut telah berlaku sejak pada tanggal 17 Oktober 2024. Adapun BPJPH juga menegaskan ketentuannya paling lambat yaitu tanggal 17 Oktober 2026 seluruh produk makanan dan minuman pelaku usaha wajib telah memiliki sertifikasi halal. Adapun ketentuan ini diberlakukan untuk produk luar negeri. Regulasi tersebut mewajibkan seluruh produk makanan dan minuman bersertifikat halal sesuai tenggat waktu yang ditetapkan (BPJPH, 2025) LPPOM juga melaporkan bahwa dari sekitar 60 juta lebih UMKM di Indonesia sekitar 50 % dibidang kuliner yaitu sekitar 30 juta UMKM baru sekitar 2,4 juta pelaku usaha yang memiliki sertifikasi halal (LPPOM, 2025). Dalam hal ini menunjukkan bahwa meskipun adanya regulasi pemerintahan masih belum sepenuhnya efektif dalam meningkatkan kesadaran maupun motivasi pelaku UMKM dalam melakukan sertifikasi halal (Margarena & Ikhwan Setiawan, 2022).

Disisi lain aspek kehalalan suatu produk juga merupakan perintah syariat islam yang memiliki kedudukan penting dalam islam. Dalam hal ini dijelaskan dalam firman Allah SWT dalam Qs. Al - Baqarah : 168

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

Terjemahnya :

Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu. Dalam ayat ini menegaskan bahwa penyediaan dan pemastian tentang kehalalan suatu produk bukan hanya sebagai kewajiban administrasi sesuai dengan regulasi pemerintah, namun juga merupakan tanggungjawab moral dan agama bagi pelaku usaha. Dengan demikian, rendahnya kepatuhan UMKM terhadap sertifikasi halal mencerminkan bahwa aspek niali dan kesadaran keagamaan belum sepenuhnya terealisasi baik dalam praktik usaha

BPJPH mengungkapkan bahwa kesadaran pelaku UMKM di Indonesia masih tergolong rendah dalam memiliki sertifikasi halal. Berdasarkan data dari BPJPH juga menunjukkan bahwa dari 66 Juta pelaku usaha di Indonesia sebagian UMKM hanya sekitar 2,4 Juta yang sudah memiliki sertifikasi halal. Kepala BPJPH juga menegaskan bahwa meskipun potensi pasar halal dunia mencapai Rp 21.000 triliun, Indonesia baru menguasai sekitar 3,4 persen dari potensi tersebut. Sertifikat halal bukan hanya kewajiban hukum, tetapi juga kebutuhan masyarakat serta peluang besar dalam pengembangan ekonomi nasional. Sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia, memiliki peranan untuk memastikan bahwa produk yang ada sudah memenuhi standar halal dan aman (Cholil et al., 2025)

Kontribusi pemerintah dalam implementasi jaminan produk halal masih mengalami beberapa hambatan yang terjadi salah satunya adalah kompleksitas birokrasi dan regulasi yang menghambat pelaku usaha untuk memperoleh sertifikasi halal. Proses administrasi yang ada masih belum mudah difahami serta belum ada keseragaman sistem antara beberapa lembaga yang dapat menyebabkan proses sertifikasi halal menjadi lambat dan kurang efisien (Othman et al., 2023). Hambatan birokrasi ini semakin terlihat ketika pelaku usaha harus berhadapan dengan berbagai dokumen dan persyaratan sertifikasi halal yang tidak seragam dengan prosedur yang berbeda pada tiap lembaga. Meskipun pemerintah telah menyediakan pendampingan halal secara gratis, realisasi pendaftaran UMKM untuk sertifikasi halal masih tergolong rendah. Banyak pelaku UMKM yang belum mengajukan sertifikasi halal karena terkendala biaya tambahan di luar program sertifikasi halal gratis serta minimnya pemahaman terkait prosedur pengajuan sertifikasi halal (Styaningrum et al., 2025). Hal ini menunjukkan bahwa faktor biaya dan literasi administrasi tetap menjadi beban bagi UMKM terutama bagi mereka yang memiliki pengetahuan dan akses informasi yang terbatas.

Selain adanya kendala dan hambatan pemerintah dalam implementasi jaminan produk halal, kendala dan hambatan dalam proses sertifikasi halal juga masih terjadi oleh para pelaku UMKM dalam melakukan sertifikasi halal. Dalam hal ini, kendala tidak hanya bersifat teknis seperti adanya birokrasi atau kurangnya informasi mengenai sertifikasi halal, tetapi juga berasal dari faktor psikologis dan pengaruh sosial (Faikoh & Anwar, 2025). Banyak para pelaku usaha masih berfikir bahwa sertifikasi halal hanya sebagai beban dan bukti administrasi, bukan sebagai potensi atau sebuah nilai tambah bagi usaha mereka. Sertifikasi halal dapat menjadikan potensi bagi pelaku usaha untuk dapat meningkatkan kualitas produk, menumbuhkan kepercayaan konsumen terhadap produk, menciptakan loyalitas konsumen serta dapat meningkatkan daya saing pada pasar (Apriliyanto & Hidayati, 2023). Meskipun secara konsep telah dijelaskan bahwa sertifikasi halal memiliki berbagai manfaat, namun, beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa sikap pelaku usaha terhadap sertifikasi halal masih beragam dan belum sepenuhnya

positif yang dapat mempengaruhi mereka untuk mengajukan sertifikasi halal. (Putri, 2024) menjelaskan bahwa sebagian pelaku usaha masih memandang bahwa sertifikasi halal belum menjadi kebutuhan utama bagi usaha mereka serta belum memberikan dampak langsung pada peningkatan pendapatan usaha (Fathudin & Prawiro, 2023). Sertifikasi halal sering di pandang sebagai beban administrasi karena di anggap memerlukan biaya, waktu dan prosedur yang sulit. Rendahnya pemahaman pelaku UMKM terhadap manfaat jangka panjang sertifikasi halal bagi usaha mereka, turut membentuk sikap pelaku UMKM terhadap sertifikasi halal (Ridho et al., 2023). Penelitian (Anggriani, 2024) menambahkan bahwa meskipun sebagian pelaku usaha menyadari bahwa pentingnya kehalalan produk, keterbatasan informasi dan pengetahuan mengenai prosedur sertifikasi halal menyebabkan sikap yang kurang mendukung terhadap pengajuan sertifikasi halal

Selain adanya faktor sikap individu, norma subjektif juga menjadi faktor penting yang mempengaruhi niat pelaku usaha dalam mengajukan sertifikasi halal. Meskipun mayoritas penduduk yang ada di Jawa Timur adalah beragama muslim dengan hadirnya beberapa ulama, pesantren, dan komunitas muslim lainnya, adanya pengaruh sosial belum secara efektif terimplementasi dengan baik dan mendorong tindakan langsung di lapangan terkait dengan sertifikasi halal namun harus terdapat adanya dukungan dari pemerintahan. Kebijakan pemerintahan belum terealisasi dengan baik dalam bentuk pengawasan dan pendampingan, kini masih terdapat adanya kesenjangan yaitu kurangnya distribusi pendampingan proses produk halal yang masih tidak merata khususnya di wilayah pedesaan yang belum memiliki panitia khusus untuk pendampingan halal. Hal tersebut yang menjadikan kendala meskipun adanya dorongan moral dari ulama atau tokoh agama yang seringkali tidak menghasilkan tindakan nyata di lapangan (Huda et al., 2024). Selain adanya sikap dan norma subjektif, kontrol perilaku yang dirasakan juga menjadi faktor penting yang memengaruhi niat pelaku UMKM dalam mengajukan sertifikasi halal. Beberapa pelaku usaha memandang bahwa proses pendaftaran sertifikasi halal merupakan prosedur yang sulit, rumit, dan membutuhkan waktu yang relatif lama. Persepsi tersebut dapat melemahkan keyakinan pelaku usaha terhadap kemampuan mereka untuk menyelesaikan seluruh tahapan dan persyaratan sertifikasi halal yang telah ditetapkan. Ketika pelaku usaha merasa memiliki keterbatasan sumber daya, baik dari sisi pengetahuan, waktu, maupun kemampuan administratif, maka niat untuk mengajukan sertifikasi halal cenderung menurun. Kondisi ini menunjukkan bahwa rendahnya kontrol perilaku yang dirasakan menjadi salah satu hambatan internal dalam proses pengambilan keputusan sertifikasi halal pada pelaku UMKM (Utama et al., 2025).

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa Theory of Planned Behavior yaitu sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku persepsian berperan penting dalam membentuk niat individu terhadap suatu tindakan. (Aslan, 2023) menemukan bahwa sikap positif terhadap produk halal, kesadaran halal, serta kepercayaan konsumen berpengaruh signifikan terhadap niat membeli produk kuliner halal di Turki. Penelitian ini menegaskan pentingnya faktor psikologis dalam keputusan konsumsi, tetapi berfokus pada perilaku konsumen, bukan pelaku usaha. Selanjutnya, (Widyanto & Sitohang, 2022) juga membuktikan bahwa sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku berpengaruh positif terhadap niat membeli kosmetik halal di Indonesia, di mana sikap menjadi faktor mediasi dominan. Namun, penelitian-penelitian tersebut masih terbatas pada konteks produk konsumtif, bukan pada niat melakukan sertifikasi halal secara administratif dan strategis seperti pada pelaku UMKM. Sementara itu, (Puspita, 2023) menunjukkan bahwa ketiga variabel TPB berpengaruh signifikan terhadap perilaku pembelian makanan halal di Indonesia, namun penelitiannya berhenti pada level perilaku individu tanpa mempertimbangkan faktor organisasi atau kebijakan usaha. Di sisi lain, (Fiandari et al., 2024) menambahkan unsur religiusitas dan word of mouth

sebagai faktor yang memperkuat hubungan antara sikap dan niat beli produk halal, menegaskan bahwa konteks sosial dapat memperkuat efek TPB. (Wahono, 2024) juga menemukan bahwa norma subjektif dan kontrol perilaku menjadi penentu penting dalam niat kewirausahaan, tetapi fokusnya adalah pada entrepreneurial intention mahasiswa dan masyarakat adat, bukan pada keputusan kepatuhan terhadap sertifikasi halal. Penelitian (Batoool et al., 2024) menegaskan validitas konstruk TPB di bidang lingkungan, di mana norma subjektif dan sikap positif mendorong perilaku pro-lingkungan, menunjukkan bahwa model TPB adaptif di berbagai konteks. Namun, belum ada penelitian yang menerapkan TPB secara spesifik pada konteks niat sertifikasi halal pelaku UMKM, padahal keputusan tersebut tidak hanya dipengaruhi faktor pribadi tetapi juga persepsi terhadap biaya, kemudahan proses, dan tekanan sosial dari konsumen maupun pemerintah daerah. Terakhir, (Yarmohammadi et al., 2023) membuktikan peran mediasi sikap dan norma subjektif dalam mengatasi hambatan perilaku sosial, namun masih berorientasi pada konteks medis, bukan ekonomi atau kepatuhan bisnis. Selanjutnya Pendekatan Theory of Planned Behavior juga telah dibuktikan efektif dalam menjelaskan keputusan seseorang dalam berperilaku untuk membeli produk halal dalam penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Siti Salmah & Anwar Adem Shikur, 2023) serta niat pelaku usaha dalam melakukan sertifikasi halal dalam penelitian yang dilakukan oleh (Agustiningsih et al., 2024).

Dari beberapa pernyataan tersebut dapat dilihat adanya kesenjangan penelitian bahwa meskipun Theory of Planned Behavioral telah banyak diterapkan dalam menentukan berbagai konteks perilaku seseorang dalam sebuah tindakan, namun belum ada penelitian yang mengkaji secara spesifik tentang pengaruh sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku terhadap niat pelaku UMKM dalam melakukan sertifikasi halal di Surabaya. Padahal, kota Surabaya sebagai Kota metropolitan dan pusat perdagangan, Surabaya memiliki dinamika sosial, budaya dan kesadaran halal yang berbeda dengan daerah lain. Kesenjangan penelitian ini menunjukkan perlunya analisis yang secara spesifik mengkaji bagaimana faktor psikologis dapat membentuk niat pelaku usaha dalam memenuhi kewajiban sertifikasi halal

Kesenjangan muncul antara kondisi yang diharapkan, yakni generasi Z mampu menjadi penggerak dalam donasi digital, dengan kondisi nyata, di mana partisipasi mereka masih terbatas. Kondisi ini menimbulkan dampak berupa potensi menurunnya partisipasi sosial digital serta belum maksimalnya pemanfaatan *platform crowdfunding* untuk mendukung program kemanusiaan dan pemberdayaan masyarakat. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa ada sejumlah faktor yang memengaruhi minat donasi secara daring, di antaranya kepercayaan pengelolaan dana, rasa empati, serta norma sosial dari lingkungan sekitar atau media sosial yang menegaskan bahwa kepercayaan terhadap *platform* donasi dan organisasi yang mengelola kampanye sangat penting untuk mendorong partisipasi donatur. Tingkat kepercayaan dapat diperkuat melalui transparansi penggunaan dana dan komunikasi yang jujur serta keterbukaan dengan para donatur. Selain itu, empati dan norma sosial juga memainkan peran penting dalam memotivasi individu untuk berdonasi (Chen dkk., 2021). Menurut CAF (Charities Aid Foundation), (2023), Indonesia menempati peringkat pertama sebagai negara paling dermawan di dunia dengan skor 68, mempertahankan posisinya selama enam tahun berturut-turut. Indonesia juga mencatat persentase tertinggi dalam kategori “*Donated Money*” sebesar 82% dan “*Helped a Stranger*” sebesar 61%, menunjukkan tingginya tingkat empati dan kepedulian sosial masyarakat terhadap sesama. Fenomena ini mencerminkan kuatnya nilai “Gotong Royong”, yaitu semangat kolaborasi dan saling membantu yang telah mengakar dalam budaya Indonesia. Nilai-nilai tersebut menjadi fondasi penting bagi meningkatnya minat donasi, karena empati sosial dan pengaruh lingkungan (*social influence*) berperan dalam membentuk perilaku prososial digital. Namun kenyataannya Modernisasi, urbanisasi, dan kesibukan masyarakat perkotaan menyebabkan nilai-

nilai gotong royong semakin memudar. Berkurangnya interaksi sosial berdampak pada menurunnya kepedulian dan solidaritas antarwarga, sehingga partisipasi masyarakat dalam membantu sesama juga semakin berkurang. (Putri dkk., 2023).

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi niat sertifikasi halal pelaku UMKM di Kota Surabaya dengan menggunakan pendekatan Theory of Planned Behavior (TPB) yang dikembangkan oleh Ajzen (1991). TPB menjelaskan bahwa niat seseorang untuk melakukan suatu tindakan dipengaruhi oleh tiga faktor utama, yaitu sikap terhadap perilaku (*attitude toward the behavior*), norma subjektif (*subjective norm*), dan kontrol perilaku yang dirasakan (*perceived behavioral control*). Ketiga faktor ini dipercaya dapat menjelaskan perilaku pelaku usaha dalam konteks pengambilan keputusan untuk mendaftarkan sertifikasi halal. Untuk memahami niat dan persepsi pelaku usaha UMKM berdasarkan kesenjangan pada permasalahan tersebut, Theory of Planned Behavior (TPB) yang dikemukakan oleh (Ajzen, 1991) menjadi kerangka teori yang relevan. Teori TPB menjelaskan bahwa niat seseorang untuk melakukan suatu perilaku ditentukan oleh tiga faktor utama yaitu sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan. Penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya fokus pada aspek regulasi, biaya sertifikasi serta manfaat ekonomi bagi pelaku usaha. Namun, dari unsur psikologis yang mempengaruhi niat perilaku pelaku usaha belum dianalisis lebih lanjut dan belum banyak di analisis secara mendalam. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku terhadap niat sertifikasi halal di kalangan pelaku UMdi Surabaya. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi empiris bagi pengembangan teori TPB dalam konteks halal business compliance serta menjadi rekomendasi dan bukti nyata bagi pemerintah, BPJPH, MUI dan lembaga pendamping dalam meningkatkan partisipasi UMKM dalam sertifikasi halal.

KAJIAN TEORI

Niat

Menurut Wikamorys dan Rochmach (2017), niat merupakan kemampuan individu yang didasarkan pada maksud dan keinginan untuk melakukan suatu perilaku. Dalam Theory of Planned Behavior, Ajzen (1991) menjelaskan bahwa niat merupakan faktor utama yang menentukan apakah seseorang akan melakukan suatu perilaku tertentu. Niat terbentuk melalui proses pertimbangan individu terhadap suatu tindakan sehingga mencerminkan tingkat kesiapan dan komitmen untuk merealisasikan perilaku tersebut. Keberadaan niat memiliki peran yang sangat penting karena menjadi penghubung antara keyakinan dan tindakan nyata seseorang. Individu yang memiliki niat kuat cenderung menunjukkan kesungguhan, usaha, dan konsistensi yang lebih tinggi dalam mencapai tujuan yang diinginkannya. Oleh karena itu, niat dipandang sebagai aspek psikologis yang mampu mendorong seseorang untuk mewujudkan perilaku sesuai dengan tujuan, keyakinan, serta keputusan yang telah ditetapkan. Dalam konteks penelitian ini, niat menggambarkan kesiapan pelaku UMKM untuk mengajukan sertifikasi halal sebagai bentuk kepatuhan terhadap regulasi sekaligus upaya meningkatkan kualitas produk, kepercayaan konsumen, dan daya saing usaha. Adapun indikator niat dalam peneitian ini menurut menurut (Wikamorys & Rochmach, 2017) terdiri dari empat komponen yaitu sebagai berikut :

1. Target (*targetion*). Objek spesifik yang dituju oleh perilaku atau tindakan tersebut
2. Tindakan (*action*). Perilaku nyata atau langkah yang akan dilaksanakan oleh individu
3. Situasi (*context*). Lingkungan, kondisi, atau tempat dimana perilaku tersebut dibuktikan dan

dilaksanakan.

4. Waktu (*time*). Kerangka waktu atau rencana spesifik kapan perilaku tersebut akan direncanakan.

Sikap

Sikap menurut Ajzen (1991), penilaian individu terhadap suatu perilaku sebagai sesuatu yang disukai atau tidak disukai berdasarkan keyakinan mengenai konsekuensi yang akan diperoleh dari perilaku tersebut. Dalam konteks ini, sikap dipandang sebagai hasil evaluasi seseorang terhadap manfaat maupun kerugian yang mungkin timbul sebelum mengambil suatu keputusan. Sikap tidak hanya mencerminkan kecenderungan untuk menerima atau menolak suatu tindakan, tetapi juga menggambarkan keyakinan individu terhadap hasil yang akan diperoleh apabila perilaku tersebut dilakukan. Keberadaan sikap memiliki peran penting dalam membentuk keputusan dan arah perilaku seseorang. Individu yang memiliki sikap positif terhadap suatu tindakan akan cenderung menunjukkan keyakinan, kesiapan, serta kemauan yang lebih besar untuk mewujudkan tindakan tersebut. Oleh karena itu, sikap dipandang sebagai aspek psikologis yang mampu mendorong seseorang dalam menentukan pilihan perilaku sesuai dengan tujuan dan keyakinannya. Dalam konteks penelitian ini, sikap pelaku UMKM terhadap sertifikasi halal terbentuk dari keyakinan bahwa sertifikasi halal dapat meningkatkan kepercayaan konsumen, memperluas peluang pasar, meningkatkan daya saing usaha, serta menjadi bentuk kepatuhan terhadap ajaran agama, sehingga sikap positif tersebut dapat memperkuat niat pelaku UMKM untuk mengajukan sertifikasi halal.

Adapun indikator sikap menurut (Rofiqo et al, 2022) terdiri dari 3 komponen yaitu sebagai berikut :

1. Komponen Kognitif. Menggambarkan bagaimana tingkat kepercayaan seseorang yang dapat mempengaruhi harapan. Jika kepercayaan seseorang tinggi maka dapat menciptakan sikap positif seseorang terhadap suatu objek.
2. Komponen Afektif. Komponen Afektif menggambarkan perasaan seseorang yang disertai dengan emosional. Dapat diartikan juga bagaimana perasaan seseorang terhadap suatu objek.
3. Perilaku (daya tanggap). Perilaku dapat digambarkan sebagai bagaimana cara seseorang untuk menanggapi dan menyikapi sebuah objek dengan perilaku tertentu.

Norma Subjektif

Norma Subjektif menurut Wikamorys dan Rochmach (2017), norma subjektif merupakan persepsi individu mengenai tekanan atau dukungan sosial dari orang-orang maupun kelompok yang dianggap penting terhadap suatu perilaku. Norma subjektif terbentuk dari keyakinan individu mengenai harapan pihak lain yang memiliki pengaruh dalam pengambilan keputusan, sehingga individu terdorong untuk melakukan atau menghindari suatu tindakan. Dalam konteks ini, norma subjektif dipandang sebagai bentuk pengaruh sosial yang mampu membentuk kecenderungan seseorang dalam berperilaku melalui pandangan, saran, maupun dukungan dari lingkungan sekitarnya. Keberadaan norma subjektif memiliki peran penting dalam proses pengambilan keputusan karena individu cenderung mempertimbangkan pendapat orang-orang yang dianggap penting sebelum melakukan suatu tindakan. Semakin besar dukungan sosial yang diterima, semakin tinggi pula kecenderungan individu untuk mewujudkan perilaku tersebut. Oleh karena itu, norma subjektif dipandang sebagai aspek sosial yang mampu mendorong seseorang dalam menentukan perilakunya. Dalam konteks penelitian ini, norma subjektif pelaku UMKM tercermin dari adanya dukungan pemerintah melalui kebijakan dan pendampingan sertifikasi halal, anjuran tokoh agama, serta dorongan dari keluarga, rekan usaha, dan lingkungan bisnis. Dukungan tersebut diharapkan mampu memperkuat niat

pelaku UMKM di Kota Surabaya untuk mengajukan sertifikasi halal.

Adapun Indikator norma subjektif menurut (Rofiqo et al, 2022) memiliki dua komponen yaitu sebagai berikut :

1. Keyakinan normative (Normative beliefs)

Keyakinan seseorang tentang sejauh mana orang lain yang dianggap penting (seperti keluarga, teman, tokoh masyarakat, atau atasan) mengharapkan dirinya untuk melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku tertentu. Keyakinan normatif dapat diartikan sebagai pandangan individu terhadap tekanan sosial atau harapan sosial yang datang dari lingkungan sekitarnya.

2. Motivasi untuk patuh (Motivation to comply)

Motivasi untuk patuh merupakan dorongan dalam diri seseorang untuk menyesuaikan perilaku dengan harapan dan tuntutan orang-orang yang dianggap penting dalam hidupnya. Hal ini muncul karena adanya kebutuhan untuk diterima, dihargai, atau menjaga hubungan baik dengan lingkungan sosialnya.

Kontrol Perilaku

Menurut Ajzen 1991, kontrol perilaku merupakan persepsi individu tentang sejauh mana individu memiliki kemampuan untuk mengatasi hambatan dari faktor-faktor yang mempengaruhi pelaksanaan perilaku tersebut. Jadi kontrol perilaku digambarkan sebagai bagaimana persepsi individu mengenai kemudahan, kesulitan, dan ketersediaan sumber daya dalam melakukan suatu perilaku tersebut. Dengan demikian, kontrol perilaku dapat dipahami sebagai penilaian individu mengenai kemampuan mereka untuk melakukan suatu perilaku meskipun dengan adanya beberapa hambatan yang dialami.

Kontrol perilaku merupakan tingkat keyakinan seseorang terhadap kemampuan mereka dalam menghadapi hambatan untuk melakukan suatu tindakan (Armitage & Conner, 2001). Kontrol perilaku memiliki keterkaitan dengan self efficacy yaitu keyakinan individu terhadap kemampuan diri sendiri untuk melakukan suatu tindakan (Bandura et al., 1997). Jadi kontrol perilaku juga dapat dipengaruhi oleh adanya dorongan tentang keyakinan sebuah kemampuan individu dalam melakukan suatu tindakan, sehingga dapat lebih terdorong dan mendukung untuk melakukan suatu tindakan tersebut. Persepsi kontrol perilaku UMKM merujuk pada pandangan, penilaian, dan keyakinan mereka terhadap sejauh mana kemampuan individu dalam melakukan suatu objek tertentu. Dapat diasumsikan bahwa semakin tinggi kontrol perilaku yang dirasakan oleh UMKM maka semakin besar keyakinan mereka bahwa mereka mampu mengatasi prosedur, biaya, hambatan waktu dan persyaratan dokumen, maka semakin kuat minat sertifikasi halal mereka.

Menurut (Shanbhag et al, 2023) menjelaskan bahwa kontrol perilaku memiliki dua komponen yaitu sebagai berikut :

1. Keyakinan kontrol (*Control Belief*)

Menggambarkan kepercayaan seseorang tentang ada atau tidak adanya hambatan untuk melakukan sebuah perilaku. Kepercayaan dapat terbentuk melalui informasi dari individu atau orang lain tentang suatu perilaku

2. Kekuatan kontrol (*Perceived Power*)

Persepsi seseorang yang menggambarkan bagaimana seseorang dapat melakukan sebuah perilaku yang dipengaruhi oleh adanya resiko dan tantangan ketika nantinya melakukan perilaku tersebut.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan eksplanatory survey. Populasi dalam penelitian ini yaitu UMKM sektor makanan dan minuman yang belum bersertifikat halal di Surabaya dengan menggunakan metode *nonprobability sampling* dengan teknik pengambilan sampel *purposive sampling* dan mendapatkan 101 responden. Kriteria sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu pelaku UMKM yang berdomisili di Kota Surabaya, memiliki omset per tahun kurang dari Rp 300.000.000. Pelaku UMKM yang bergerak di sektor makanan dan minuman yang belum memiliki sertifikat halal. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang disebarakan secara daring melalui google forms. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode regresi linier berganda dengan alat bantu aplikasi IBM SPSS statistic versi 26.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tabel 1. Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov

Unstandardized Residual		
	N	101
Normal Parameters	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.39897851
Most Extreme Differences	Absolute	.053
	Positive	.053
	Negative	-.050
Test Statistic		.053
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Sumber: Data diolah penulis (2026)

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200, yang berarti lebih besar dari 0,05 ($0,094 > 0,05$). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa data residual dalam model regresi berdistribusi normal. Selain itu, nilai Test Statistic sebesar 0,053 menunjukkan bahwa penyimpangan distribusi residual terhadap distribusi normal relatif kecil. Hal ini mengindikasikan bahwa asumsi normalitas pada model regresi telah terpenuhi.

Uji Multikolinearitas

Tabel 2. Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistic	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Sikap	.204	4.906
Norma Subjektif	.237	4.226
Kontrol Perilaku	.301	3.324

Sumber: Data diolah penulis (2026)

Pada tabel 2. dapat dilihat bahwa nilai VIF pada ketiga variabel diatas < 10 dan nilai tolerance > 0,01, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah multikolinearitas pada model regresi.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model		T	Sig.
1	(Constant)	2.096	.039
	Sikap	.944	.347
	Norma Subjektif	-1.038	.302
	Kontrol Perilaku	-.317	.752

Sumber: Data diolah penulis (2026)

Berdasarkan tabel 3. nilai signifikansi pada variabel transparansi (X1) sebesar 0,347, variabel empati (X2) sebesar 0,302, dan *Social Influence* (X3) sebesar 0,752 yang mana > 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi ini tidak mengalami heteroskedastisitas.

Uji Hipotesis

Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 4. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

		Unstandardized Coefficients	
		B	Std Error
Model			
1	(Constant)	2.472	1.186
	Sikap	.458	.075
	Norma Subjektif	.459	.105
	Kontrol Perilaku	.363	.111

Sumber: Data diolah penulis (2026)

Berdasarkan tabel 4. dapat dilihat hasil analisis regresi diperoleh persamaan model regresi berikut ini:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3$$

$$Y = 2.472 + 0,458 X_1 + 0,459 X_2 + 0.363 X_3$$

Berdasarkan persamaan model regresi berganda di atas dapat diartikan bahwa:

- 1) Nilai konstanta sebesar 2.472 adalah skor variabel niat sertifikasi halal menunjukkan bahwa jika nilai X1, X2 dan X3 tetap (tidak mengalami perubahan) maka nilai konstanta Y sebesar 2.472
- 2) Nilai koefisien regresi variabel sikap sebesar 0,458 menyatakan jika X1 bertambah, maka Y akan mengalami peningkatan sebesar 0,458 dengan asumsi tidak ada penambahan konstanta nilai X2 dan X3.
- 3) Nilai koefisien regresi variabel norma subjektif sebesar 0,459 menyatakan jika X2 bertambah, maka Y

akan mengalami peningkatan sebesar 0,459 dengan asumsi tidak ada penambahan konstanta nilai X1 dan X3.

- 4) Nilai koefisien regresi variabel kontrol perilaku sebesar 0,363 menyatakan jika X3 bertambah, maka Y akan mengalami peningkatan sebesar 0,363 dengan asumsi tidak ada penambahan konstanta nilai X1 dan X2.

Uji T (Parsial)

Tabel 5. Hasil Uji T (Parsial)

Variabel	t hitung	t tabel	Sig.	Keterangan
Sikap	6,148	1,984	<,001	Berpengaruh
Noma Subjektif	4,360	1,984	<,001	Berpengaruh
Kontrol Perilaku	3,262	1,984	0,002	Berpengaruh

Sumber: Data diolah penulis (2026)

Berdasarkan tabel 5. diketahui bahwa nilai t dari variabel X1 adalah 6,148, nilai t dari variable X2 adalah 4,360, dan nilai t dari X3 3,262, sedangkan nilai signifikansi variabel X1 adalah 0,001, dan nilai signifikansi variabel X2 adalah 0,002, dan nilai signifikansi variabel X3 adalah 0,001. Adapun nilai t table dengan didapatkan melalui perhitungan berikut:

t tabel : $(\alpha/2 ; n-k-1)$

t tabel : $(0,05/2; 100 - 2 - 1)$

t tabel : $(0,025 ; 97)$

t tabel : 1,984

Variabel bebas dinyatakan berpengaruh secara parsial terhadap variabel terikatnya apabila nilai signifikansi < 0,05 atau t hitung > t tabel, sehingga penjelasan hasil uji t sebagai berikut:

(a) Sikap (X1)

Nilai signifikansi variabel sikap sebesar 0,001 lebih kecil dari 0,05 dan nilai t hitung 6,148 yaitu lebih besar dari 1,984, sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa variabel sikap berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat sertifikasi halal UMKM di Kota Surabaya.

(b) Norma Subjektif (X2)

Nilai signifikansi variabel Norma Subjektif sebesar 0,001 lebih kecil dari 0,05 dan nilai t hitung 4,360 yaitu lebih besar dari 1,984, sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa variabel Norma Subjektif berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat sertifikasi halal UMKM di Kota Surabaya.

(c) Kontrol Perilaku (X3)

Nilai signifikansi v

ariabel Kontrol Perilaku sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 dan nilai t hitung 7,637 yaitu lebih besar dari 1,975, sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa variabel Kontrol Perilaku berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat sertifikasi halal UMKM di Kota Surabaya.

Uji F (Simultan)

Tabel 6. Hasil Uji F (Simultan)

Model		Mean Square	F	Sig.
1	Regression	490,016	242,862	<,001
	Residual	2,018		

Sumber: Data diolah penulis (2026)

Berdasarkan tabel 6. dapat dilihat bahwa nilai F sebesar 242,862 dan nilai signifikansi sebesar 0,001 Adapun nilai F table dengan didapatkan melalui perhitungan berikut:

Variable bebas dapat dikatakan berpengaruh secara simultan terhadap variable terikatnya, jika nilai signifikansi $< 0,05$ atau F hitung $> F$ tabel, dan begitu pula sebaliknya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Sikap (X1), variabel Norma Subjektif (X2), dan variabel Kontrol Perilaku (X3) berperpengaruh secara simultan terhadap variabel Nat Sertifikasi Halal UMKM di Kota Surabaya(Y).

Koefisien Determinasi (Adjusted R square)

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,939	0,883	0,879	1.420

Sumber: Data diolah penulis (2026)

Berdasarkan tabel 7. dapat diketahui bahwa nilai adjusted R square adalah 0,879 atau setara dengan 87,9%. Angka tersebut menunjukkan bahwa variabel bebas mempengaruhi variabel terikatnya sebesar 87,9% ini menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan memiliki kemampuan yang baik dalam menjelaskan hubungan antarvariabel. Adapun sisanya sebesar 12,1% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian yang tidak diteliti yang dapat memengaruhi minat donasi.

Pembahasan

1. Pengaruh Sikap Terhadap Niat Sertifikasi Halal UMKM di Kota Surabaya

Hasil peneleitian ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM di Kota Surabaya memiliki penilaian positif terhadap sertifikasi halal sebagai sesuatu yang memberikan manfaat bagi keberlangsungan usaha. Sertifikasi halal tidak hanya dipandang sebagai bentuk kepatuhan terhadap ketentuan pemerintah maupun syariat Islam, tetapi juga sebagai sarana untuk meningkatkan kepercayaan konsumen, memperluas pasar, meningkatkan daya saing, dan dapat memberikan nilai tambah bagi produk usaha mereka. Dalam hal ini, ketika pelaku usaha memiliki keyakinan bahwa manfaat yang diperoleh lebih besar dibandingkan biaya maupun usaha yang harus dilakukan, maka niat untuk mengurus sertifikasi halal akan semakin meningkat.

Dalam Theory of Planned Behavior yang dikemukakan oleh Ajzen (1991), yang menjelaskan bahwa sikap merupakan evaluasi dari diri seseorang terhadap suatu tindakan berdasarkan pada hasil yang akan diperoleh. Apabila seseorang memiliki evaluasi positif terhadap suatu tindakan, maka kecenderungan untuk membentuk niat melakukan tindakan tersebut juga akan semakin tinggi. Dalam konteks penelitian ini, pelaku UMKM yang percaya bahwa sertifikasi halal mampu meningkatkan kualitas usaha, memperkuat citra produk, dan meningkatkan kepercayaan konsumen akan memiliki niat yang lebih besar untuk melakukan sertifikasi halal.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Aslan (2023) yang menyimpulkan bahwa sikap berpengaruh positif terhadap niat melakukan perilaku halal. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa semakin positif persepsi individu terhadap atribut halal, maka semakin tinggi pula niat untuk melakukan tindakan yang berkaitan dengan halal. Walaupun objek penelitian berbeda, yaitu perilaku konsumen, mekanisme pembentukan niat tetap sama, yaitu didorong oleh evaluasi positif terhadap manfaat halal. Temuan penelitian ini juga mendukung penelitian Niswa (2025) yang menyatakan bahwa sikap pelaku usaha berpengaruh signifikan terhadap niat sertifikasi halal. Sikap positif muncul karena pelaku usaha menyadari bahwa sertifikasi halal mampu meningkatkan citra usaha, memperluas akses pasar, dan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk yang dipasarkan.

2. Pengaruh Norma Subjektif terhadap Niat Sertifikasi Halal UMKM di Kota Surabaya

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keputusan pelaku UMKM untuk mengurus sertifikasi halal tidak hanya dipengaruhi oleh keinginan pribadi, tetapi juga oleh adanya dukungan, harapan, maupun dorongan dari lingkungan sekitar. Lingkungan tersebut dapat berasal dari keluarga, konsumen, sesama pelaku usaha, tokoh agama, pendamping proses produk halal (PPH), maupun pemerintah yang secara aktif mendorong pelaksanaan sertifikasi halal. Ketika pelaku usaha merasakan bahwa pihak-pihak atau orang yang dianggap penting mengharapkan produk mereka memiliki sertifikat halal, maka akan timbul dorongan untuk memenuhi harapan tersebut melalui pengajuan sertifikasi halal.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Aisyi (2025) yang menjelaskan bahwa norma subjektif berpengaruh positif terhadap niat pelaku usaha dalam menerapkan prinsip-prinsip halal. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa dukungan dari lingkungan sekitar dapat memberikan keyakinan untuk mengambil keputusan berperilaku halal. Semakin besar dukungan yang diberikan oleh lingkungan sosial, maka semakin kuat pula niat pelaku usaha untuk melaksanakan perilaku tersebut. Temuan penelitian ini juga didukung oleh penelitian Niswa et al (2025) yang menunjukkan bahwa norma subjektif berpengaruh signifikan terhadap niat berperilaku halal. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa individu cenderung mempertimbangkan pendapat maupun harapan dari orang-orang yang dianggap penting dalam menentukan suatu keputusan. Dukungan dari keluarga, konsumen, tokoh agama, maupun lingkungan sosial mampu membentuk keyakinan bahwa perilaku yang dilakukan merupakan tindakan yang benar dan layak untuk diwujudkan. Oleh karena itu, semakin tinggi pengaruh sosial yang dirasakan seseorang, maka semakin tinggi pula niatnya untuk melakukan perilaku yang diharapkan oleh lingkungan.

3. Pengaruh Kontrol Perilaku terhadap Niat Sertifikasi Halal UMKM di Kota Surabaya

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keputusan pelaku UMKM untuk mengurus sertifikasi halal tidak hanya dipengaruhi oleh sikap positif maupun dorongan dari lingkungan sosial, tetapi juga oleh keyakinan bahwa mereka memiliki kemampuan, kesempatan, dan sumber daya yang memadai untuk

menyelesaikan proses sertifikasi halal. Pelaku usaha yang merasa mampu memahami prosedur sertifikasi halal, memperoleh informasi yang jelas, memenuhi persyaratan administrasi, serta mendapatkan akses terhadap pendampingan akan lebih percaya diri untuk mengajukan sertifikasi halal dibandingkan pelaku usaha yang masih menganggap proses tersebut rumit dan sulit dilakukan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Fiandari et al (2024) yang menyimpulkan bahwa kontrol perilaku berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat dalam menerapkan perilaku halal. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa persepsi mengenai kemudahan, kemampuan diri, serta ketersediaan fasilitas menjadi faktor yang memperkuat niat seseorang untuk melakukan suatu tindakan. Semakin tinggi keyakinan seseorang bahwa dirinya mampu melaksanakan suatu perilaku, maka semakin besar pula kemungkinan munculnya niat untuk mewujudkan perilaku tersebut. Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian Jefri et al (2024) yang menyatakan bahwa kontrol perilaku memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pelaku usaha dalam menerapkan sertifikasi halal. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa kemudahan memperoleh informasi, tersedianya pendampingan, serta kemampuan memenuhi persyaratan administrasi mampu meningkatkan keyakinan pelaku usaha dalam mengikuti proses sertifikasi halal. Ketika hambatan yang dirasakan semakin kecil, maka niat untuk melakukan sertifikasi halal akan semakin meningkat. Selain itu, hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Priyantoro & (2024) yang menunjukkan bahwa persepsi mengenai kemampuan diri dan kemudahan dalam melaksanakan suatu tindakan merupakan faktor penting yang memengaruhi niat pelaku usaha dalam mengambil keputusan. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa individu yang merasa memiliki kontrol terhadap perilakunya akan lebih percaya dalam menghadapi berbagai tantangan, sehingga akan terdorong untuk melakukan sesuatu sesuai dengan niat yang dimilikinya.

4. Pengaruh Sikap, Norma Subjektif dan Kontrol Perilaku terhadap Niat Sertifikasi Halal UMKM di Kota Surabaya

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa niat pelaku UMKM untuk mengurus sertifikasi halal tidak hanya dipengaruhi oleh satu faktor saja, melainkan merupakan paduan antara faktor internal dan faktor eksternal. Sikap yang positif terhadap manfaat sertifikasi halal akan mendorong pelaku usaha untuk memandang sertifikasi sebagai sesuatu yang penting bagi perkembangan usaha mereka. Selanjutnya, dorongan dari lingkungan sosial, seperti keluarga, konsumen, komunitas usaha, pendamping halal, dan pemerintah akan memperkuat keyakinan pelaku usaha bahwa sertifikasi halal merupakan kebutuhan yang harus dipenuhi. Di sisi lain, keyakinan bahwa mereka memiliki kemampuan, kesempatan, dan kemudahan dalam menjalani proses sertifikasi halal akan mendorong para pelaku usaha untuk mendaftar sertifikasi halal. Dengan demikian, ketiga faktor tersebut saling melengkapi dalam membentuk niat sertifikasi halal pada UMKM di Kota Surabaya.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Niswa (2025) yang menyimpulkan bahwa variabel dalam Theory of Planned Behavior, yaitu sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku, secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap niat pelaku usaha dalam mengajukan sertifikasi halal. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa ketiga variabel saling melengkapi dalam membentuk keputusan pelaku usaha untuk menerapkan sertifikasi halal sebagai bagian dari strategi pengembangan usaha dan pemenuhan ketentuan syariat Islam. Temuan penelitian ini juga didukung oleh penelitian Mu'arofah et al (2020) yang menyatakan bahwa faktor-faktor psikologis dan sosial memiliki peran penting dalam membentuk perilaku halal pelaku usaha. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa keputusan pelaku usaha untuk menerapkan

prinsip halal tidak hanya didasarkan pada manfaat ekonomi, tetapi juga dipengaruhi oleh kesadaran, dukungan lingkungan, serta keyakinan terhadap kemampuan diri dalam melakukan sertifikasi halal.

Hasil penelitian ini juga sesuai dengan penelitian Nur Meirahmawati (2025) yang menemukan bahwa *Theory of Planned Behavior* merupakan model yang mampu menjelaskan niat pelaku UMKM dalam berperilaku halal. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa sikap positif terhadap halal, dukungan dari lingkungan sosial, dan persepsi mengenai kemudahan dalam menerapkan standar halal secara bersama-sama meningkatkan niat pelaku usaha untuk melakukan sertifikasi halal. Dengan demikian, penelitian ini semakin memperkuat bukti empiris bahwa *Theory of Planned Behavior* masih relevan digunakan dalam menjelaskan perilaku sertifikasi halal pada pelaku UMKM.

Dengan demikian, dalam penelitian ini menunjukkan bahwa sikap merupakan variabel yang memiliki pengaruh paling dominan terhadap niat sertifikasi halal UMKM di Kota Surabaya, diikuti oleh norma subjektif dan kontrol perilaku. Hal ini menunjukkan bahwa ketika pelaku usaha memiliki penilaian dan keyakinan yang positif terhadap manfaat sertifikasi halal, seperti meningkatkan kepercayaan konsumen, memperluas peluang pasar, meningkatkan daya saing usaha, serta memandang penyediaan produk halal sebagai tanggung jawab kepada konsumen muslim, maka niat untuk mengajukan sertifikasi halal akan semakin kuat. Meskipun demikian, dukungan dari lingkungan sosial serta keyakinan pelaku usaha terhadap kemudahan dalam menjalani proses sertifikasi halal juga tetap berperan dalam memperkuat niat tersebut. Oleh karena itu, keberhasilan program sertifikasi halal tidak hanya bergantung pada kemudahan proses dan dukungan berbagai pihak, tetapi juga pada keberhasilan dalam membangun sikap positif pelaku UMKM terhadap pentingnya sertifikasi halal.

Dapat disimpulkan bahwa sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku merupakan tiga faktor utama yang secara bersama-sama membentuk niat sertifikasi halal pada UMKM di Kota Surabaya. Ketiga variabel tersebut saling melengkapi dalam menjelaskan keputusan pelaku usaha untuk mengajukan sertifikasi halal, namun sikap menjadi faktor yang paling dominan dalam memengaruhi niat tersebut. Oleh karena itu, upaya meningkatkan jumlah UMKM yang memiliki sertifikat halal perlu diprioritaskan melalui pembentukan sikap positif pelaku usaha terhadap manfaat dan pentingnya sertifikasi halal. Selain itu, pemerintah, Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH), dan lembaga pendamping juga perlu memperkuat dukungan sosial, memperluas sosialisasi, memberikan pendampingan yang berkelanjutan, menyederhanakan prosedur, serta meningkatkan akses informasi mengenai sertifikasi halal. Dengan demikian, percepatan sertifikasi halal bagi UMKM di Kota Surabaya diharapkan dapat berjalan secara lebih efektif, berkelanjutan, dan mampu meningkatkan daya saing UMKM.

KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat sertifikasi halal UMKM di Kota Surabaya, baik secara parsial maupun simultan. Sikap menjadi faktor yang mendorong niat pelaku UMKM melalui keyakinan terhadap manfaat sertifikasi halal, seperti meningkatkan kepercayaan konsumen, daya saing usaha, dan kepatuhan terhadap syariat Islam. Norma subjektif memperkuat niat sertifikasi halal melalui dukungan dari lingkungan sosial, seperti keluarga, rekan usaha, tokoh agama, pemerintah, dan pendamping halal. Sementara itu, kontrol perilaku meningkatkan niat pelaku UMKM melalui keyakinan terhadap kemampuan dalam memenuhi persyaratan, memahami prosedur, serta mengatasi berbagai hambatan dalam proses sertifikasi halal. Secara

simultan, ketiga variabel tersebut mampu menjelaskan sebesar 87,9% variasi niat sertifikasi halal UMKM di Kota Surabaya, sehingga Theory of Planned Behavior (TPB) terbukti mampu menjelaskan niat pelaku UMKM dalam mengajukan sertifikasi halal. Di antara ketiga variabel tersebut, sikap merupakan faktor yang memberikan pengaruh paling dominan, sehingga pembentukan sikap positif terhadap manfaat dan pentingnya sertifikasi halal menjadi strategi utama dalam meningkatkan niat pelaku UMKM untuk mengajukan sertifikasi halal.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, pemerintah, Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH), dan Lembaga Pendamping Proses Produk Halal (LP3H) disarankan untuk terus meningkatkan sosialisasi, edukasi, serta pendampingan kepada pelaku UMKM mengenai pentingnya sertifikasi halal melalui penyampaian informasi yang jelas, mudah dipahami, dan mudah diakses. Selain itu, penyederhanaan prosedur administrasi, peningkatan kualitas layanan, serta perluasan akses pendampingan perlu terus dioptimalkan agar dapat meningkatkan keyakinan dan kemampuan pelaku UMKM dalam mengajukan sertifikasi halal. Pelaku UMKM juga diharapkan lebih aktif meningkatkan pengetahuan mengenai prosedur sertifikasi halal, memanfaatkan program pendampingan yang tersedia, serta membangun sikap positif terhadap manfaat sertifikasi halal sebagai upaya meningkatkan daya saing usaha dan kepatuhan terhadap syariat Islam. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengembangkan penelitian dengan menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi niat sertifikasi halal, seperti religiusitas, literasi halal, persepsi manfaat, persepsi biaya, kualitas pelayanan, dukungan pemerintah, maupun kepercayaan terhadap lembaga sertifikasi halal, serta memperluas cakupan wilayah penelitian dan jumlah responden agar hasil penelitian memiliki tingkat generalisasi yang lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Adam, M. R. R., & Arihta, J. (2024). FACTORS INFLUENCING THE INTENTION TO DONATE ON THE CROWDFUNDING PLATFORM: A CASE STUDY OF KITABISA.COM. AKSELERASI: Jurnal Ilmiah Nasional, 6(2), 45–63. <https://doi.org/10.54783/jin.v6i2.961>
- Al-Edrus, S. A. S., Ahmad, I., & Hanafiah, M. H. (2023). Will you be a Honey and Help Us Raise Money?: Investigating Online Crowdfunding Platforms Acceptance, Perceived Trust and Behavioural Intention. 22(1).
- Bayu Syahoutra, Khairil Juliana, Nila Nahfira, Shinta Maghfirah, Zuhriani, & Muhammad Arif. (2025). PERAN VIRALITAS DAN EMPATI DIGITAL DALAM MENDORONG PARTISIPASI SOSIAL: STUDI FENOMENA TAGAR #. ENLEKTURER: Journal of Islamic Studies, 3(1), 81–92. <https://doi.org/10.71036/ejis.v3i1.398>
- CAF - Charities Aid Foundation. (2023). World Giving Index 2023: Global trends in generosity. Charities Aid Foundation.
- Cézanne, C., Lorenz, E., & Saglietto, L. (2020). Exploring the economic and social impacts of Industry 4.0. Revue d'économie Industrielle, 11–35. <https://doi.org/10.4000/rei.8643>
- Chen, H., Li, W., Lyu, T., & Zheng, X. (2021). Understanding people's participation in online charities: A dual-process approach of trust and empathic concern. Industrial Management & D Agustiningsih, M. D., Savitrah, R. M., Islami, N. N., & Ayu Lestari, P. C. (2024). Determinant Factors Influencing the Interest in Halal Certification: The Perspective of MSMEs in Indonesia. AL-MUZARA'AH-Journal

- of Islamic Economics & Finance, 12(2). <https://doi.org/10.29244/jam.12.2.337-353>
- Aisyi, L. R., Syahriza, R., & Silalahi, P. R. (2025). Pengaruh Pemahaman, Kesadaran Halal, dan Motivasi Islami terhadap Minat Sertifikasi Halal Pada Pelaku UMKM di Kecamatan Panyabungan. *Journal of Economics and Management Sciences*, 349–357. <https://doi.org/10.37034/jems.v7i3.14>
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Ajzen, I. (2001). Nature and Operation of Attitudes. *Annual Review of Psychology*, 52(1), 27–58. <https://doi.org/10.1146/annurev.psych.52.1.27>
- Ajzen, I. (2005). Attitudes, personality and behavior. <https://lib.ui.ac.id/detail.jsp?id=20113069>
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1977). Attitude-behavior relations: A theoretical analysis and review of empirical research. *Psychological Bulletin*, 84(5), 888–918. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.84.5.888>
- Alamsyah, A., Hakim, N., & Hendayani, R. (2022). Blockchain-Based Traceability System to Support the Indonesian Halal Supply Chain Ecosystem. *Economies*, 10(6). <https://doi.org/10.3390/economies10060134>
- Anwar. (2022). Penafsiran Hayatan Thayyibah Dalam Al - Qur'an Surah An - Nahl Ayat 97 Perspektif Al – Misbah
- Apriliyanto, N., & Hidayati, N. (2023). Nexus between halal certificate, competitive advantage, and entrepreneurial orientation of SMEs in Food and Beverage industry. *Journal of Enterprise and Development (JED)*, 5, 2023.
- Ardiyanto, A. N., Lin, C.-N., Maulidah, S., Moh. Shadiqur Rahman, & Shaleh, M. I. (2024). The Application Theory of Planned Behavior to Predict an Indonesian Muslim Student's Intention to Buy Halal Foods in Taiwan. *HABITAT*, 35(1), 79–95. <https://doi.org/10.21776/ub.habitat.2024.035.1.8>
- Armitage, C. J., & Conner, M. (2001). Efficacy of the Theory of Planned Behaviour: A meta-analytic review. *British Journal of Social Psychology*, 40(4), 471–499. <https://doi.org/10.1348/014466601164939>
- Anggriani, R., Utama, M. D., Warkoyo., Wahyudi, A. V., Hafid, I., Maulana, A. A., Fitriana, Nur., Nafis, D., (2024). Halal Certification Awareness Perceptions in Indonesian Food SMEs: An Investigation on Understanding, Knowledge, Impact, and Regulations. <https://doi.org/10.23917/jiti.v23i1.4461>
- Aslan, H. (2023). The influence of halal awareness, halal certificate, subjective norms, perceived behavioral control, attitude and trust on purchase intention of culinary products among Muslim costumers in Turkey. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 32. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2023.100726>
- Ayuningtyas et al. (2024). Halalan Tayyiban Dalam Al-Qur'an Menurut Teungku Muhammad Hasbi Ash-Shiddieqy Dalam Tafsir Al-Qur'anul Majid An-Nuur. <https://www.ejournal.stiq-kepri.ac.id/index.php/Al-Mizan/index>
- Azwar, S. (1995). Sikap manusia: teori dan pengukurannya / Saifuddin Azwar. <https://lib.ui.ac.id>
- Bandura, A., Freeman, W. H., & Lightsey, R. (1997). Self-Efficacy: The Exercise of Control. *Journal of Cognitive Psychotherapy*, 2, 158–166. <https://doi.org/10.1891/0889-8391.13.2.158>
- Batool, N., Wani, M. D., Shah, S. A., & Dada, Z. A. (2024). Theory of planned behavior and value-belief norm theory as antecedents of pro-environmental behaviour: Evidence from the local community. *Journal of Human Behavior in the Social Environment*, 34(5), 693–709. <https://doi.org/10.1080/10911359.2023.2205912>
- BPJPH. (2025). Sambut Wajib Halal Oktober 2026, Kepala BPJPH Serukan Tertib Halal sebagai Strategi Penguatan Bisnis | Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal. <https://bpjph.halal.go.id/detail/sambut-wajib-halal-oktober-2026-kepala-bpjph-serukan-tertib-halal-sebagai-strategi-penguatan-bisnis>
- Cholil, M., Mamduh, M. F., Pertiwi, T. D., Cipto, D. A., & Herianingrum, S. (2025). Exploring the Economic Benefits of the Halal Certification in International Trade: A Literature Review.

- SRIWIJAYA INTERNATIONAL JOURNAL OF DYNAMIC ECONOMICS AND BUSINESS, 435–458. <https://doi.org/10.29259/sijdeb.v8i4.435-458>
- DinarStandard. (2025, July 8). State of the Global Islamic Economy 2025. <https://www.dinarstandard.com/post/sgier-2024-25>
- Faikoh, D., & Anwar, A. Z. (2025). Implementasi Penerapan Standar Jaminan Produk Halal Pada Produk UMK (Usaha Mikro dan Kecil) Bersertifikat Halal. *Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 8(1).
- Ferdinand, A. (2006). Metode penelitian manajemen: Pedoman penelitian untuk skripsi. (Doctoral Dissertation, Tesis Dan Disertai Ilmu Manajemen. Semarang: Universitas Diponegoro).
- Fiandari, Y. R., Shanty, B. M., & Nanda, M. D. (2024). The roles of word of mouth, religiosity and behavioral control toward halal cosmetics' purchase intention: attitude as mediation. *Journal of Islamic Marketing*, 15(10), 2633–2651. <https://doi.org/10.1108/JIMA-05-2023-0139>
- Fishbein, Martin., & Ajzen, Icek. (1975). Belief, attitude, intention, and behavior : an introduction to theory and research . In *Belief, attitude, intention, and behavior : an introduction to theory and research*. Addison-Wesley Pub. Co.
- Ghozali, I. (2021). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26 Edisi 10. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hardani. (2020). Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif.
- Huda, I. A. S., Saadah, M., Sugiarto, A., Bin Ibrahim, M. H., Prasad, R. R., Putra, A. K., & Budianto, A. (2024). Revealing Halal Certification Oversight Gaps for MSEs through ArcGIS Dashboard Integration. *Indonesian Journal of Halal Research*, 6(2), 58–69. <https://doi.org/10.15575/ijhar.v6i2.33308>
- Jefri, M., & Enggrani Fitri, L. (2024). Pengaruh Pemahaman, Kesadaran, Biaya dan Regulasi Terhadap Keputusan Pelaku Usaha Melakukan Sertifikasi Halal Self Declare. In *Iltizam Journal of Shariah Economic Research* (Vol. 8, Issue 1).
- Kemenko, R. (2025, January 30). Pemerintah Dorong UMKM Naik Kelas, Tingkatkan Kontribusi terhadap Ekspor Indonesia - Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/6152/pemerintah-dorong-umkm-naik-kelas-tingkatkan-kontribusi-terhadap-ekspor-indonesia>
- Kementerian Agama Republik Indonesia. (2010). Mukadimah al-Qur'an dan tafsirnya.
- LPPOM. (2025). Dorong Akselerasi Wajib Halal BPJPH, LPH LPPOM Konsisten Junjung Integritas | Lembaga Pemeriksa Halal (LPH) LPPOM Sertifikasi Halal. <https://halalmui.org/dorong-akselerasi-wajib-halal-bpjph-lppom-konsisten-junjung-integritas/>
- Maghrobi, Z. A., Iqbal, I. M., Tinggi, S., Al-Qur'an, I., Karima, I., & Karanganyar, J. T. (2024). Helping in Kindness in the Qur'an (Study of the Interpretation of Ta'awun Verses in Tafsir Al-Munir) Tolong-menolong dalam Kebaikan dalam Al-Qur'an (Studi Penafsiran Ayat-ayat Ta'awun dalam Tafsir Al-Munir) (Vol. 1, Issue 1).
- Margarena, A. N., & Ikhwan Setiawan, A. (2022). The Effect Of Perceived Value Of Economic Benefits Towards SMES Halal Certification Intention Moderated By Government Policy Regulation. *International Journal of Education and Social Science Research*, 05(02), 308–320. <https://doi.org/10.37500/ijessr.2022.5219>
- Mu'arrofah, Afrila. , M. Misbahul. , R. Abdul. (2020). Pengaruh Sikap, Norma Subjektif Dan Persepsi Kontrol Perilaku. 6, 154–169.
- Niswa, H., Diana, I. N., & Yuliana, I. (2025). Determinants of food producers' intentions to obtain halal certification: An integrated TPB-halal model in Bali, Indonesia. *Journal of Islamic Economics Lariba*, 12(1), 135–166. <https://doi.org/10.20885/jielariba.vol12.iss1.art5>
- Nur Meirahmawati, V., Herliandes Shodiqin MEI, D., Khayisatuzahro Nur MEI, S., & Kunci, K. (2025).

- At-Tasharruf; Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Syariah Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan Dan Halal Awareness Terhadap Keputusan Pelaku UMKM Dalam Mendaftarkan Sertifikasi Halal Di Desa Dukuhdempok. <https://doi.org/10.32528/at.v7i1.2987>
- Oemar, H., Prasetyaningsih, E., Bakar, S. Z. A., Djamaludin, D., & Septiani, A. (2023). Awareness and intention to register halal certification of micro and small-scale food enterprises. *F1000Research*, 11, 170. <https://doi.org/10.12688/f1000research.75968.1>
- Othman, Y., Awang, M. N., & Abdul Rahman Shah, H. (2023). Legal and Regulatory Challenges of Halal Certification: Insights from Cosmetic Manufacturers on Halal Built-In Implementation. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 13(1). <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v13-i1/15785>
- Prasetyo, P., & Kadiri, U. (2024). The Influence of Attitudes, Subjective Norms, and Behavioral Control on the Intention to Invest in Green Instruments (Among East Java Stock Investors) Instrumen Hijau (Pada Investor Saham Jawa Timur)id 2 *Corresponding Author. In *Management Studies and Entrepreneurship Journal* (Vol. 5, Issue 6). <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Pratikto, H., Agustina, Y., & Kiranawati, T. M. (2023). The Influence of Various Factors on MSME Halal Certification Behavior: An Analysis With Intention as an Intervening Variable. *International Journal of Professional Business Review*, 8(9), e3444. <https://doi.org/10.26668/businessreview/2023.v8i9.3444>
- Prawiro, A., & Fathudin, F. (2023). Challenges in the Halal Industry Ecosystem: Analyzing the Halal Certification Process for Micro, Small, and Medium Enterprises in Lombok, West Nusa Tenggara. *Mazahib*, 22(2), 431-484. <https://doi.org/10.23917/jiti.v23i1.4461>
- Puspita, A. T. (2023). Halal Food Shopping Behavior of Millennials: Evidence in Indonesia. <http://journals.smartinsight.id/index.php/IMR>
- Putri, (2024). Tantangan Sertifikasi Halal Pada Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Produk Pangan di Kabupaten Pamekasan. <https://doi.org/10.28944/assyarikah.v5i2.1911>
- Ridho, M., Maulana, A. S., Herliyani, R., Palah, N. N., Marlina, L. (2023). Persepsi UMKM Produk Olahan Ayam Tentang Sertifikasi Halal. <https://doi.org/10.15575/likuid.v3i2.25923>
- Rofiqo, A., Suminto, A., Sukoco, D., Ramadhan, M. A., & Novita Sari, D. (2022). Factors that Influence of Behavior to Contribution in Islamic Peer-to-Peer Lending with PLS-SEM Approach: Empirical Studies in Indonesia. *Journal of Islamic Economics Lariba*, 8(1), 66–84. <https://doi.org/10.20885/jielariba.vol8.iss1.art5>
- Rosdiana, S. (2019). Faktor-Faktor Yang Berhubungan Dengan Intensi Berhenti Merokok Pada Mahasiswa Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Muhammadiyah Aceh Tahun 2019.
- Shanbhag, P. R., Pai, Y. P., Kidiyoor, G., & Prabhu, N. (2023). Development and initial validation of a theory of planned behavior questionnaire: Assessment of purchase intentions towards products associated with CRM campaigns. *Cogent Business & Management*, 10(2). <https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2229528v>
- Siti Salmah, & Anwar Adem Shikur. (2023). The Relationship of Attitude, Perceived Behavioral Control, Subjective Norm on Halal Food Purchasing Behavior on Indonesian Muslim Millennials. *Ekonomi Islam Indonesia*, 5(1). <https://doi.org/10.58968/eii.v5i1.258>
- Styaningrum, S. D., Puspaningtyas, D. E., Sari, P. M., Sucipto, A., & Br Situmorang, E. H. E. R. (2025). Understanding of the Halal Certification Process Among Business Actors in the Food and Beverage MSME Sector in Indonesia. *Disease Prevention and Public Health Journal*, 19(1), 33–42. <https://doi.org/10.12928/dpphj.v19i1.12018>
- Sugiarto. (2021). Penafsiran Quraish Shihab Tentang Pendidikan Akhlak Dalam Al – Qur'an Surat Al - Ahzab Ayat 21 Pada Tafsir Al – Misbah
- Sugiyono. (2011). Metode penelitian pendidikan: pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R & D. 334.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif

- Sugiyono. (2023). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D.
- Surbakti, R. P. (2015). Peran Sikap, Norma Subjektif, dan Perceived Behavioral Control (PBC) terhadap Intensi Menggunakan Homeschooling sebagai Jalur Pendidikan. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:146851582>
- Utama, D. M., Yuli Rosiani, T., Wijaya, D. R., & Wardana, R. W. (2025). Assessment of Barriers and Strategies for Halal Certification Adoption in MSMEs Using the Fuzzy AHP - Fuzzy TOPSIS Method. *Jurnal Teknik Industri*, 26(2), 239–260. <https://doi.org/10.22219/JTIUMM.Vol26.No2.239-260>
- Wahono, R. (2024). The Development of Entrepreneurial Intention Model Using Theory of Planned Behavior and Entrepreneurial Event. *International Journal of Business Economics (IJBE)*. <https://doi.org/10.30596/ijbe.v5i2.18428>
- Widyanto, H. A., & Sitohang, I. A. T. (2022). Muslim millennial's purchase intention of halal-certified cosmetics and pharmaceutical products: the mediating effect of attitude. *Journal of Islamic Marketing*, 13(6), 1373–1394. <https://doi.org/10.1108/JIMA-04-2020-0117>
- Wikamorys, D. A., & Rochmach, T. N. (2017). Aplikasi Theory Of Planned Behavior Dalam Membangkitkan Niat Pasien Untuk Melakukan Operasi Katarak Application Of The Theory Of Planned Behavior In Generating Patients Intention To Undergo Cataract Surgery. In *Jurnal Administrasi Kesehatan Indonesia (Vol. 5)*.
- Yarmohammadi, S., Mousavi, S., Ajori, L., Mohammadzade, F., & Marashi, T. (2023). Impact of attitude, subjective norms and perceived behavioral control on health behaviors among women with low-risk HPV, and the mediating role of behavioral intention: an interventional study. *International Journal of Health Promotion and Education*, 61(2), 70–82. <https://doi.org/10.1080/14635240.2021.1995776>
- ata Systems, 121(7), 1642–1663. <https://doi.org/10.1108/IMDS-09-2020-0513>
- Devara, K. F., & Soepatini. (2025). Pengaruh Faktor Social Content Terhadap Continuous Intention Pada Platform Instagram Yang Dimediasi Oleh Informational Social Influence. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*. <https://doi.org/10.37385/msej.v6i3.765>
- Erten, Ş., & Ural Uslan, Y. (2025). Does participation have an impact on transparency and trust? A local government case. *Journal of Governance and Regulation*, 14(2, special issue), 224–233. <https://doi.org/10.22495/jgrv14i2siart1>
- Fahmi Muhammad Hafidh & Ahmad Mifdhol Muthohar. (2025). Pengaruh Social Influence dan Pengetahuan terhadap Minat Berwakaf melalui Crowdfunding Wakaf dengan E-Trust sebagai Kunci Moderasi. *Al Iqtishod: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Ekonomi Islam*, 13(1), 18–41. <https://doi.org/10.37812/aliqtishod.v13i1.1670>
- Flache, A., Mäs, M., Feliciani, T., Chattoe-Brown, E., Deffuant, G., Huet, S., & Lorenz, J. (2017). Models of Social Influence: Towards the Next Frontiers. *Journal of Artificial Societies and Social Simulation*, 20(4), 2. <https://doi.org/10.18564/jasss.3521>
- Hidayat, A. A. A. (2019). Platform Donasi Online Dan Filantropi Digital (Kajian aktivitas filantropi dan komodifikasi kampanye sosial melalui Kitabisa.com).
- Indriyani, F., & Ibrahim, R. (2024). The Impact of Transparency on the Intention to Donate Online through the Kitabisa.com Platform. *International Journal of Current Science Research and Review*, 07(10). <https://doi.org/10.47191/ijcsrr/V7-i10-38>
- Kasri, R. A., & Indriani, E. (2022). Empathy or perceived credibility? An empirical study of Muslim donating behaviour through online charitable crowdfunding in Indonesia. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 15(5), 829–846. <https://doi.org/10.1108/IMEFM-09-2020-0468>
- Kasri, R. A., & Yuniar, A. M. (2021). Determinants of digital zakat payments: Lessons from Indonesian experience. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 12(3), 362–379. <https://doi.org/10.1108/JIABR-08-2020-0258>

- Kenang, I. H., & Gosal, G. (2021). Factors Affecting Online Donation Intention in Donation-based Crowdfunding. *The Winners*, 22(2). <https://doi.org/10.21512/tw.v22i2.7101>
- Mubarok, I. S., & Kaliurang, J. (2023). Penerapan Indikator Transparansi dalam Website Donasi Online.
- Putra, S. M., & Kusumasondjaja, S. (2022). The effectiveness of using instagram content to promote charitable crowdfunding campaign. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 25(2), 253–279. <https://doi.org/10.24914/jeb.v25i2.4946>
- Putri, A. K., Salsabila, A., & Prabayunita, A. (t.t.). MEMUDARNYA NILAI-NILAI GOTONG ROYONG PADA ERA GLOBALISASI.
- Rahmayanti, P. L. D., Rahyuda, I. K., Ekawati, N. W., & Setiawan, P. Y. (2024). Intention to Donate on Online Charitable Crowdfunding: Systematic Literature Review and Future Research Agenda. *Journal of Economics, Business, & Accountancy Ventura*, 26(3), 401–427. <https://doi.org/10.14414/jebav.v26i3.4221>
- Ramdani, R., Yasin, A., Rohmaningtyas, N., Anwar, M. K., & Ismail, A. G. (2025). Crowdfunding on sustainable development goals: A systematic literature review. *Journal of Ethics*.
- Suasih, N. N. R., Budhi, M. K. S., & Wijaya, P. Y. (2022). Inclusive crowdfunding scheme as capital source alternative for rural agriculture in Indonesia. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 977(1), 012053. <https://doi.org/10.1088/1755-1315/977/1/012053>
- Suharyat, D. Y. (2009). HUBUNGAN ANTARA SIKAP, MINAT DAN PERILAKU MANUSIA. *Jurnal Region*, 1(1), 1–19.
- Turner, A. (2015). Generation Z: Technology and Social Interest. *The Journal of Individual Psychology*, 71(2), 103–113. <https://doi.org/10.1353/jip.2015.0021>
- Valensia Sopian, S. S. (2024). Pengaruh Social Influence Terhadap Minat Menggunakan Media Sosial Melalui Sikap Generasi Z di Kota Palembang. <https://doi.org/10.5281/ZENODO.13144366>
- Venkatesh, Morris, Davis, & Davis. (2003). User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View. *MIS Quarterly*, 27(3), 425. <https://doi.org/10.2307/30036540>
- Vijaya, V., Yadav, A., & Mathur, H. P. (2023). Augmenting the Theory of Planned Behaviour and Trust in Driving the Funder's Intention to Donate: The Moderating Role of Herding Bias. *Global Business Review*, 09721509231185654. <https://doi.org/10.1177/09721509231185654>
- Yuniar, E. M., Wahyu Setiyowati, S., & Fariz Irianto, M. (2024). Pengaruh Sikap, Norma Subjektif, Religiusitas, Akuntabilitas, dan Transparansi Terhadap Niat Berwakaf Tunai (Studi Pada Masjid Al-Mubarakah). *Perbanas Journal of Islamic Economics and Business*, 4(2), 77. <https://doi.org/10.56174/pjieb.v4i2.269>
- Ziegler, T., Shneor, R., & Zhang, B. Z. (2020). The Global Status of the Crowdfunding Industry. Dalam R. Shneor, L. Zhao, & B.-T. Flåten (Ed.), *Advances in Crowdfunding* (hlm. 43–61). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-030-46309-0_3
- Zribi, S. (2022). Effects of social influence on crowdfunding performance: Implications of the covid-19 pandemic. *Humanities and Social Sciences Communications*, 9(1), 192. <https://doi.org/10.1057/s41599-022-01207-3>