

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pelaku Usaha Untuk Mengajukan Sertifikasi Halal Produk UMKM Di Kota Balikpapan

Auratul Atifah Harbit¹⁾, Ida Syafrida²⁾

¹⁾Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta, auratul.atifah99@gmail.com, Jl.Prof. Dr.Siwabessy Kampus UI, 16425, Depok, Indonesia

²⁾Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta, ida.syafrida@akuntansi.pnj.ac.id, Jl.Prof. Dr.Siwabessy Kampus UI, 16425, Depok, Indonesia Depok

ABSTRACT

This study discusses the factors that influence the interest of business people to apply for halal certification of UMKM products in The Balikpapan City. The purpose of this study was to determine the most dominant factor in influencing the interest of business people to apply for halal certification on their products. There are 4 factors in this study: the understanding, the cost, the awareness, and the belief. The methodology used is a comparative method with a quantitative approach. The sample in this study is UMKM in The Balikpapan City consist of 100 respondents. The analytical method used in this study uses validity test, reliability test, factor analysis test, and mean analysis. The results in this study indicate that the most dominant factor is the belief, which affects the interest of business actors to apply for halal certification of UMKM products and the rest is influenced by other variables. The importance of business people' belief in halalness in a product, because halal certification plays a very important role in determining the product that will be consumed by consumers.

Keywords: *interest, UMKM product, halal certification*

ABSTRAK

Penelitian ini membahas faktor yang mempengaruhi minat pelaku usaha untuk mengajukan sertifikasi halal produk UMKM di Kota Balikpapan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi minat pelaku usaha untuk mengajukan sertifikasi halal pada produknya. Ada 4 faktor dalam penelitian ini yaitu: pemahaman, biaya, kesadaran, dan keyakinan. Metode yang digunakan adalah komparatif dengan pendekatan kuantitatif. Sampel pada penelitian ini adalah UMKM di Kota Balikpapan yang terdiri dari 100 responden. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, analisis factor, dan analisis mean. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor paling dominan adalah keyakinan, yang mempengaruhi minat pelaku usaha untuk mengajukan sertifikasi halal produk UMKM dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain. Pentingnya keyakinan para pelaku usaha terhadap kehalalan dalam suatu produk, karena sertifikasi halal berperan sangat penting dalam menentukan produk yang akan dikonsumsi oleh konsumen.

Kata-Kata Kunci: *minat, produk UMKM, sertifikasi halal*
