

Motivasi Pelaku UMKM Kuliner untuk Memperoleh Sertifikasi Halal

Motivation of Culinary MSMEs to Obtain Halal Certification

Dian Wulandari*, Musa Hubeis¹, dan Ahmad Sulaeman²

¹Program Magister Pengembangan Industri Kecil Menengah, Sekolah Pascasarjana IPB
Jl. Raya Pajajaran Kampus IPB Baranangsiang Bogor 16144

²Departemen Gizi Masyarakat, Fakultas Ekologi Manusia, IPB
Jl. Kamper, Kampus IPB Dramaga, Bogor 16680

Diterima: 16 November 2024; Direvisi: 2 Desember 2025; Disetujui: 3 Februari 2025

ABSTRAK

Kajian motivasi pelaku UMKM kuliner dalam memperoleh sertifikasi halal ini dilakukan guna memperoleh informasi terkait variabel-variabel yang mempengaruhi guna merumuskan strategi yang tepat untuk meningkatkan motivasi pelaku UMKM kuliner dalam memperoleh sertifikasi halal. Tujuan penelitian adalah (1) mengidentifikasi faktor-faktor yang memotivasi pelaku UMKM kuliner untuk memperoleh sertifikasi halal, (2) menganalisis faktor-faktor apa yang paling dominan memotivasi pelaku UMKM Kuliner untuk memperoleh sertifikasi halal dan (3) merumuskan implementasi kebijakan sertifikasi halal bagi para pelaku UMKM kuliner di sentra kuliner/kantin wilayah Jakarta Selatan. Pada penelitian ini, alat analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda, SWOT dan AHP. Berdasarkan hasil analisis, Faktor-faktor yang memotivasi UMKM kuliner untuk memperoleh sertifikasi halal yaitu usia, gender, literasi dan biaya. Faktor yang paling dominan memotivasi UMKM untuk memperoleh sertifikasi halal adalah gender. Kebijakan yang diterapkan agar pelaku UMKM bersedia melaksanakan sertifikasi halal adalah dengan membuat serangkaian kegiatan pelatihan dan pendampingan pendaftaran sertifikasi halal.

Kata kunci: bank syariah, efektivitas pembiayaan, pengembangan UMKM

ABSTRACT

This study on the motivation of culinary MSME actors in obtaining halal certification was carried out in order to obtain information related to influencing variables in order to formulate appropriate strategies to increase the motivation of culinary MSME actors to obtain halal certification. The research objectives are (1) to identify the factors that motivate culinary MSMEs to obtain halal certification, (2) to analyze what factors most dominantly motivate culinary MSMEs to obtain halal certification and (3) to formulate the implementation of a halal certification policy for culinary MSMEs in culinary centers/canteens in the South Jakarta area. In the research analysis carried out was multiple linear regression analysis, SWOT and AHP analysis. Based on the results of the analysis, Factors that motivate culinary MSMEs to obtain halal certification, namely age, gender, literacy, cost. The most dominant factor motivating MSMEs to obtain halal certification is gender. The policy implemented for MSME players to be willing to implement halal certification is to create a series of training activities and assistance with halal certification registration.

Keywords: effectiveness of financing, development of MSMEs, Islamic banks

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara mayoritas penduduk beragama Islam dengan populasi

muslim terbesar di dunia pada Tahun 2022. Menurut laporan *The Royal Islamic Strategic Studies Centre* (RISSC), jumlah populasi muslim di Indonesia diperkirakan mencapai 237,56 juta jiwa

*) Korespondensi:

Graha Setia Blok G No.12 Jl. H. Mean Raya, Jatiwaringin, Pondokgede, Kota Bekasi, Jawa Barat; email: dravinnes@gmail.com

atau setara dengan 12,30% dari populasi muslim dunia yang sebanyak 1,93 miliar jiwa. Data *State of the Global Islamic Economy Report* tahun 2021/2022, menunjukkan bahwa Indonesia menempati peringkat keempat dibawah Malaysia, Arab Saudi dan Uni Emirat Arab untuk lingkup ekonomi syariah global. Pada sektor makanan halal, Indonesia merupakan konsumen terbesar kedua di dunia dengan nilai transaksi mencapai US\$ 144 miliar (<https://ekon.go.id/publikasi/detail/4805/tak-hanya-miliki-domestic-market-yang-besar-indonesia-juga-berpeluang-menjadi-produk-halal-terkemuka-dunia>). Besarnya pasar produk makanan halal di Indonesia tersebut direspon oleh pemerintah Indonesia dengan mengeluarkan kebijakan atas kewajiban sertifikasi halal bagi seluruh perusahaan termasuk UMKM melalui Undang-Undang No. 33 Tahun 2014 tentang jaminan produk halal.

Melalui Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 39 Tahun 2021 kemudian diatur tahapan sertifikasi halal dimana tahap pertama kewajiban diberlakukan kepada produk makanan dan minuman, dan produk jasa yang terkait dengan keduanya. Proses tersebut akan berlangsung dari 17 Oktober 2019 sampai 17 Oktober 2024. Tahap kedua, kewajiban sertifikasi halal diberlakukan untuk selain produk makanan dan minuman. Berdasarkan data BPJPH tahun 2021, UMKM yang mendaftarkan sertifikasi halal adalah sebanyak 9396, dengan perincian mikro 6206 pendaftaran, skala kecil 1725 pendaftaran, dan skala menengah 1208 pendaftaran.

Pada tahun 2022, jumlah UMKM yang mendaftarkan sertifikasi halal mengalami peningkatan sebesar 30% menjadi 12.251. Namun walaupun mengalami peningkatan, jumlah UMKM yang sudah mendaftar sertifikasi halal tersebut masih kecil bila dibandingkan total jumlah UMKM yang ada di Indonesia. Berdasarkan data Kadin (Kamar Dagang dan Industri) tahun 2023 jumlah UMKM di Indonesia adalah 66 juta. Untuk industri makanan sendiri menurut data Kadin ada sebanyak 1.800.827 UMK (<https://kadin.id/data-dan-statistik/umkm-indonesia/>).

Provinsi DKI Jakarta adalah salah satu daerah yang sedang menerapkan sertifikasi halal tersebut kepada UMKM nya. Hal tersebut dilakukan agar para pelaku UMKM di DKI Jakarta dapat bersaing dalam era perdagangan bebas, dikarenakan kosumennya banyak memilih produk halal. Berdasarkan data, jumlah UMKM DKI Jakarta adalah sebanyak 370 ribu pelaku usaha dan sebagian besar, yakni 220 ribu adalah

pelaku usaha dibidang kuliner (<https://dprd-dkijakartaprovg.go.id/komisi-b-ingin-seluruh-umkm-kuliner-binaan-dki-kantongi-sertifikat-halal-di-tahun-2024/>). Dari data tersebut ternyata baru 5% yang mengantongi sertifikat halal. Apabila mengacu kepada data BPJH per tahun 2022 jumlah UMKM yang sudah di sertifikasi halal adalah 6124. Menurut Majelis Ulama Indonesia (MUI) DKI Jakarta, penyebab rendahnya UMKM yang mengajukan proses sertifikasi halal di DKI Jakarta adalah dikarenakan lemahnya sosialisasi tentang kewajiban sertifikasi halal di kalangan pelaku usaha sehingga menyebabkan kesadaran pelaku usaha untuk mensertifikasikan produk nya juga menjadi rendah (<https://mirror.mui.or.id/uncategorized/45325/lemahnya-sosialisasi-pemerintah-jadi-penhambat-percepatan-sertifikasi-halal/>). Selain kesadaran yang rendah, penyebab rendahnya UMKM yang mengajukan sertifikasi halal berdasarkan hasil pengamatan adalah kurangnya edukasi terkait jaminan produk halal, para pelaku usaha beranggapan bahwa mendaftarkan sertifikasi itu sulit, tidak ada kemauan bagi pelaku usaha untuk mengajukan permohonan sertifikasi halal, kurang maksimalnya pelaksanaan tugas dari proses produk halal dan pelaku usaha merasa tidak perlu disertifikasi halal karena sudah yakin kehalalannya.

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka perlu dilakukan penelitian dengan tujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memotivasi pelaku UMKM kuliner untuk memperoleh sertifikasi halal, menganalisis faktor-faktor apa yang paling dominan memotivasi pelaku UMKM Kuliner untuk memperoleh sertifikasi halal dan merumuskan implementasi kebijakan sertifikasi halal bagi para pelaku UMKM kuliner di sentra kuliner/kantin wilayah Jakarta Selatan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan kepada para pelaku usaha UMKM kuliner baik yang belum maupun sedang mengajukan sertifikasi halal di sentra kuliner/kantin wilayah Kota Jakarta Selatan, DKI Jakarta. Pengumpulan data dilaksanakan pada bulan Juni-Juli 2023 melalui penyebaran kuesioner, melakukan studi pustaka terhadap kajian yang terkait dengan penelitian sebelumnya dan opini pakar. Pada penelitian ini data yang digunakan terdiri dari data sekunder dan data primer. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner menggunakan *google form* dengan skala likert (1-5) dan disebar kepada responden menggunakan *whatsapp*. Sebelum disebar kepada responden,

kuesioner perlu di uji terlebih dahulu untuk mengukur validitas dan reliabilitasnya.

Jumlah sampel yang diambil pada pelaku UMKM kuliner untuk analisis regresi linier berganda adalah 148 responden. Dasar penentuan besar sampel adalah pandangan Roscoe dalam Sugiyono (2011), bahwa besar sampel yang sesuai dalam penelitian adalah 30-500. Kerlinger dan Lee (2000) dalam Maheswari dan Dwintami (2013) mengemukakan bahwa penelitian kuantitatif membutuhkan ukuran sampel minimal 30. Sementara untuk AHP dan SWOT dasar pengambilan sampel mengacu kepada metode *purposive sampling* yang merupakan metode penentuan sampel dengan memilih sampel secara bebas sekehendak peneliti (Sugiyono, 2015). Adapun sampel yang diambil sebanyak lima orang pakar.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Pelaku UMKM Kuliner

Menurut Oktarina, *et.al* (2009) informasi mengenai karakteristik responden meliputi jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan dan keadaan wilayah. Adapun karakteristik responden yang memenuhi kriteria dengan jumlah responden adalah sebanyak 148 yang terdiri dari laki – laki sebesar 38% dan perempuan sebesar 62%. Jumlah sebaran responden berdasarkan usia yang berusia > 40 tahun adalah sebanyak 68%. Sisanya adalah yang berusia < 25 tahun sebanyak 5%, 25 – 35 tahun 13% dan 36-40 tahun adalah sebanyak 14%. Pelaku UMKM kuliner tersebut memiliki penghasilan yang beragam, mulai kurang dari Rp5.000.000, sampai lebih dari Rp15.000.000.

Analisis Faktor Motivasi Pelaku UMKM Kuliner

Analisis faktor motivasi pelaku UMKM kuliner menggunakan regresi linier berganda, dengan hasil yang diperoleh model motivasi pelaku UMKM kuliner sebagai berikut: $Y = 5,784 - 0,001X_1 + 0,110X_2 + 0,054X_3 + 0,027 + e$. Adapun data uji model motivasi pelaku UMKM kuliner tersebut dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel	Koefisien	Std. Error	T-hitung	Sig	Sig Uji F
(Constant)	5,784	0,748	7,732	0,000	0,000
X1 (Usia)	-0,001	0,018	-0,048	0,962	
X2 (Gender)	0,110	0,031	3,535	0,001	
X3 (Literasi)	0,054	0,036	1,514	0,132	
X4 (Biaya)	0,027	0,034	0,794	0,428	

Sumber Data: Diolah (2023)

Menurut Sureiman dan Mangera (2020) bahwa untuk melihat hubungan keterikatan antara variabel bebas dengan variabel terikat bisa dengan menggunakan uji F. Berdasarkan hasil Uji F diperoleh nilai signifikansi F adalah 0.000, lebih kecil dari taraf nyata 5%. Berdasarkan hal tersebut maka model regresi ini dapat dipakai untuk mengukur variabel yang berpengaruh terhadap motivasi pelaku UMKM kuliner. Hasil uji t menunjukkan bahwa apabila dilihat dari nilai signifikansinya hanya satu variabel yang nilai signifikansinya dibawah taraf nyata 5%. Adapun variabel tersebut adalah variabel X2 (*Gender*). Hal ini berarti variabel X2 (*Gender*) memiliki pengaruh terhadap motivasi pelaku UMKM kuliner dalam memperoleh sertifikasi halal. Menurut Mutmainah (2020), sektor UMKM yang paling banyak melibatkan perempuan dalam pelaksanaannya, yaitu sektor perdagangan, kuliner, fashion dan industri kreatif. Namun perempuan sering menghadapi kendala terkait penggunaan internet dan kepercayaan dari pihak perbankan terkait penyaluran permodalan (Marthalina, 2018).

Oleh karena itu, perlu ada pendampingan yang dilakukan oleh pemerintah agar pelaku UMKM kuliner, yang sebagian besar adalah perempuan terdorong untuk meningkatkan mutu dagangannya dengan menerapkan sertifikasi halal. Bank Syariah Indonesia adalah salah satu perbankan di Indonesia yang memberikan dukungan hal tersebut kepada pelaku UMKM. Dukungan yang diberikan oleh Bank Syariah Indonesia adalah bantuan pembiayaan, transaksi keuangan syariah yang mudah, dan memberikan pelatihan dan pendampingan melalui UMKM center manajemen, peningkatan pasar akses Go-Digital dan peningkatan halal *value chain* (<https://news.detik.com/kolom/d-6491227/dukungan-bsi-bantu-buka-jalan-bagi-umkm-naik-kelas-dan-berkembang#>).

Hasil pengolahan data dengan metode regresi linear berganda menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi (*adjusted R²*) dari persamaan adalah sebesar 0.114. Hal ini berarti bahwa 11,4 persen keragaman variabel motivasi pelaku UMKM kuliner dalam memperoleh sertifikasi halal berdasarkan usia, gender, literasi dan biaya dapat dijelaskan oleh model, dan sisanya 88,6 persen dapat dijelaskan oleh faktor lain diluar model. Mengacu kepada persamaan regresi tersebut maka diketahui bahwa dari empat variabel terikat yang di analisis hanya variabel gender (X2) yang memberikan pengaruh positif dan signifikan

dengan koefisien nilai sebesar 0,110. Hal ini berarti bahwa apabila terdapat peningkatan gender sebesar satu persen maka akan diikuti oleh peningkatan motivasi pelaku UMKM kuliner sebesar 1,10 persen dengan asumsi *ceteris paribus*. Sementara untuk tiga variabel lainnya tidak memiliki pengaruh kepada variabel Y.

Analisis SWOT

Analisis Matriks SWOT digunakan untuk memformulasikan alternatif strategi untuk meningkatkan motivasi pelaku UMKM kuliner untuk memperoleh sertifikasi halal berdasarkan kombinasi berbagai faktor internal dan eksternal yang telah diidentifikasi sebelumnya. Hasil pengelompokan terdapat empat kelompok strategi yang terdiri dari strategi Kekuatan-Peluang (SO), strategi Kekuatan-Ancaman (ST), strategi Kelemahan- Peluang (WO) dan strategi Kelemahan-Ancaman (WT). Adapun hasilnya sebagai berikut:

1. Strategi S-O (*Strengths-Opportunities*)

- Melakukan promosi terhadap masyarakat (baik muslim dan non muslim) tentang produk halal dengan menggunakan media informasi.
- Memberikan fasilitas yang mudah, murah dan cepat dalam pembiayaan dan transaksi untuk pelaku UMKM kuliner dan masyarakat memasarkan produk kuliner halal.
- Mengembangkan kerjasama dengan berbagai pihak dalam pembinaan dan pendampingan agar pelaku UMKM dapat memperoleh sertifikasi halal.
- Melakukan sertifikasi halal untuk produk yang dipasarkan oleh pelaku UMKM kuliner

2. Strategi S-T (*Strengths-Threats*)

- Meningkatkan literasi dan pengetahuan baik kepada masyarakat maupun pelaku UMKM kuliner melalui promosi dan sosialisasi di media informasi tentang produk halal dan sertifikasi halal.
- Perlu melibatkan tokoh agama dan tokoh masyarakat untuk melakukan sosialisasi kepada masyarakat dan pelaku UMKM kuliner tentang produk halal

3. Strategi W-O (*Weaknesses-Opportunities*)

- Meningkatkan literasi pelaku UMKM kuliner terkait sertifikasi halal dan produk halal dengan menggunakan media informasi
- Melakukan sosialisasi terhadap pelaku

UMKM kuliner bahwa pengajuan sertifikasi halal mudah, cepat dan biayanya gratis.

- Meningkatkan pengetahuan dan kompetensi petugas sertifikasi halal
- Meningkatkan jumlah SDM yang memiliki kompetensi untuk sertifikasi halal
- Membuat sistem logistik yang mudah dan murah bagi pelaku UMKM kuliner.

4. Strategi W-T (*Weaknesses-Threats*)

- Meningkatkan pengetahuan tentang produk halal kepada masyarakat dan pelaku UMKM kuliner.
- Meningkatkan keterampilan pelaku UMKM kuliner.

Dari formulasi alternatif strategi diatas maka dapat dikelompokkan menjadi lima alternatif strategi yang meliputi:

1. Alternatif A: Membuat serangkaian kegiatan pelatihan, dan pendampingan pendaftaran sertifikasi halal.
2. Alternatif B: Memberikan fasilitasi sertifikasi halal gratis
3. Alternatif C: Meningkatkan peran lembaga keagamaan dan pendidikan untuk literasi produk halal terhadap masyarakat muslim
4. Alternatif D: Membangun institusi yang berhubungan dengan inovasi produk halal
5. Alternatif E: Sosialisasi sertifikasi halal melalui media informasi

Pada penelitian ini, perumusan strategi untuk meningkatkan motivasi pelaku UMKM kuliner untuk memperoleh sertifikasi halal adalah dengan menggunakan metode AHP. Adapun data AHP yang akan di analisis adalah hasil wawancara dengan lima pakar yang menggunakan panduan kuesioner. Hasil data wawancara sebelum dilakukan uji menggunakan AHP terlebih dahulu harus di cek konsistensinya. Berdasarkan hasil pengecekan konsistensi, jawaban semua pakar adalah konsisten pada semua level. Setelah jawaban pakar konsisten selanjutnya adalah melakukan pengolahan data.

a. Tujuan

Terdapat dua tujuan dari motivasi pelaku UMKM kuliner, yaitu meningkatkan jumlah pelaku UMKM kuliner untuk memperoleh sertifikasi halal dan menumbuhkan pendapatan pelaku UMKM kuliner setelah bersertifikasi halal. Hasil AHP menunjukkan bahwa tujuan yang terpilih adalah tujuan dua dengan bobot 0,7500 sebagai prioritas pertama. Hal ini menunjukkan

bahwa sertifikasi halal dapat menumbuhkan pendapatan pelaku UMKM kuliner. Hal ini mengingat bahwa jumlah permintaan terhadap produk kuliner halal terus meningkat setiap tahunnya.

b. Aktor

Aktor yang berpengaruh dalam melaksanakan tujuan dua adalah auditor halal (0,53854). Auditor halal merupakan orang yang memiliki kemampuan pemeriksaan kehalalan produk. Auditor halal tersebut memiliki peran yang sangat berat dalam tahap sertifikasi halal. Fungsi Auditor Halal ini diatur dalam pada PP No. 31 tahun 2019. Adapun tugas auditor halal, menurut Erliani, L, Sobiroh, C (2022) antara lain: 1. memeriksa dan mengkaji bahan yang digunakan; 2. memeriksa dan mengkaji proses pengolahan produk 3. memeriksa dan mengkaji sistem penyembelihan; 4. meneliti lokasi produk; 5. meneliti peralatan, ruang produksi, dan penyimpanan; 6. memeriksa pendistribusian dan penyajian produk; 7. memeriksa sistem jaminan halal pelaku usaha; 8. melaporkan hasil pemeriksaan dan/atau pengujian kepada LPH.

c. Faktor

Terdapat faktor yang harus diperhatikan oleh aktor agar dapat melaksanakan tujuan dua yaitu pelatihan dan pendidikan karena memperoleh bobot skor sebesar 0,36931. Atas dasar tersebut maka faktor pelatihan dan pendidikan harus menjadi faktor utama yang mendapatkan perhatian agar dapat meningkatkan jumlah UMKM kuliner yang berkenan mengajukan sertifikasi halal. Kolaborasi juga perlu dilakukan dengan berbagai unit agar proses sertifikasi dapat berjalan mudah dan cepat. Huda, S *et.al* (2023), Siska *et.al* (2020), dan Mujahidin, E *et.al* (2020) menyatakan bahwa pelatihan proses produk halal dapat meningkatkan pengetahuan peserta dalam memproduksi produk yang memenuhi standar halal, mulai dari pemilihan bahan baku, proses dan peralatan kerja. Peserta juga mampu memahami bagaimana alur proses sertifikasi halal di Indonesia, termasuk persyaratan-persyaratan yang diperlukan.

d. Alternatif Strategi

Dari beberapa alternatif strategi yang tersedia setelah dilakukan analisis dengan menggunakan AHP diperoleh skor bobot pada masing – masing alternatif strategi tersebut seperti yang tertera pada Tabel 2.

Tabel 2. Bobot dan prioritas hasil pengolahan data untuk alternatif strategi

No.	Faktor	Bobot	Prioritas
1	Alternatif A	0,35392	1
2	Alternatif B	0,17233	3
3	Alternatif C	0,17602	2
4	Alternatif D	0,15790	4
5	Alternatif E	0,13983	5

Sumber Data: Diolah (2023)

Berdasarkan data dari Tabel 3. dapat dilihat bahwa hasil akhir pengolahan data menunjukkan bila alternatif strategi yang mendapat prioritas pertama adalah alternatif A (membuat serangkaian kegiatan pelatihan, dan pendampingan pendaftaran sertifikasi halal). Nilai skor bobot yang diperoleh oleh alternatif A adalah sebesar 0,35392. Kegiatan pelatihan dapat dilakukan oleh lembaga sertifikasi halal milik pemerintah, perbankan seperti Bank Syariah Indonesia dan universitas yang memiliki lembaga halal. Pelatihan dan pendampingan perlu dilakukan agar pelaku UMKM kuliner dapat mendapatkan informasi sekaligus praktik dalam pendaftaran sertifikasi halal.

Untuk prioritas kedua strategi yang harus diterapkan adalah alternatif C (meningkatkan peran lembaga keagamaan dan pendidikan untuk literasi produk halal terhadap masyarakat muslim). Adapun bobot skor untuk prioritas kedua ini adalah 0,17602. Strategi prioritas ketiga yang dapat diterapkan adalah alternatif B yaitu memberikan fasilitasi sertifikasi halal gratis. Adapun bobot skor untuk prioritas ketiga ini adalah 0,17233.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan maka disimpulkan bahwa:

1. Faktor yang memotivasi pelaku UMKM kuliner dalam memperoleh sertifikasi halal, yaitu usia, *gender*, literasi, biaya.
2. Faktor yang paling dominan memotivasi pelaku UMKM dalam memperoleh sertifikasi halal adalah *gender*.
3. Kebijakan yang diterapkan untuk pelaku UMKM agar bersedia menerapkan sertifikasi halal adalah membuat serangkaian kegiatan pelatihan, dan pendampingan pendaftaran sertifikasi halal.

DAFTAR PUSTAKA

- Erlinai, L., C. Sobiroh. 2022. Studi Komparasi Fatwa MUI No: Kep-018/MUI/I/1989 dan Undang-Undang No. 33 tahun 2014 tentang Ketentuan Jaminan Produk Halal. *Falah: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 2(2): 15-28.
- Huda, S., R. Andoyo, S. Nurhasanah, S. Rahimah. 2023. Pelatihan Proses Produk Halal dalam Meningkatkan Daya Saing Produk Industri Kecil Menengah di Kabupaten Sumedang. *Jurnal Masyarakat Mandiri*, 7(2): 1828-1835.
- Maheswari, J., L. Dwintami. 2013. Pola Perilaku Dewasa Muda yang Kecenderungan Kecanduan Situs Jejaring Sosial. *Jurnal Penelitian dan Pengukuran Psikologi*, 2(1): 51- 62.
- Marthalina. 2018. Pemberdayaan Perempuan dalam Mendukung Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia. *Jurnal Pembangunan Pemberdayaan Pemerintah*, 3(1): 59-76.
- Marimin, dan N. Maghfiroh. 2011. *Aplikasi Teknik Pengambilan Keputusan dalam Manajemen Rantai Pasok*. Bogor (ID). IPB.
- Mujahidin, E., M.G. Efgivia, A. Madjid, A.W. Nugroho, A. Miftahudin. 2020. Pelatihan Sertifikasi Proses Produk Halal untuk Pelaku Usaha Mikro Se-Kabupaten Bogor. *Jurnal Pendidikan Siliwangi* 01 (02).
- Mutmainah, N.F. 2020. Peran Perempuan dalam Pengembangan Ekonomi melalui Kegiatan UMKM di Kabupaten Bantul. *Jurnal Wedana*, VI(1): 1-7.
- Oktarina, F. Hanafi, M.A. Budisuari. 2009. Hubungan antara Karakteristik Responden, Keadaan Wilayah dengan Pengetahuan, Sikap terhadap HIV/AIDS pada Masyarakat Indonesia. *Buletin Penelitian Sistem Kesehatan*, 12(4): 362-369.
- Rangkuti, F. 2006. Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis: Reorientasi Konsep Perencanaan Strategis untuk Menghadapi Abad 21. Jakarta (ID): PT Gramedia Pustaka Utama.
- Saaty, T.L. 1993. Pengambilan Keputusan bagi Para Pemimpin. Jakarta (ID). PT. Bustaman Binaman Presindo.
- Siska, H. Rahmi, Fitriani, E. Dewanti. 2020. Workshop Pengajuan Sertifikat Halal bagi Pelaku Industri Makanan Olahan UMKM. *Jurnal SOLMA*, 9(1): 201-208.
- Sugiyono. 2011. Metode Penelitian Pendidikan. Bandung (ID). Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung (ID). Alfabeta.
- Sujarweni, W. 2012. *Statistika untuk Penelitian*. Yogyakarta (ID). Graha ilmu.
- Sureiman, O., C.M. Mangera. 2020. F-Test of Overall Significance in Regression Analysis Simplified. *Journal of The Practice of Cardiovascular Science*, 6(2): 116-122.
- Undang-Undang Nomor 33 tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal.