

## Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Rendahnya Minat Pelaku Usaha Kuliner dalam Menggunakan Sertifikasi Halal (Studi Kasus Rumah Makan di Kota Jambi)

Rudianto<sup>1</sup>, Nurida Isnaeni<sup>2</sup>, Paulina Lubis<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Universitas Jambi, Indonesia

### Article Info

#### Article history:

Received Nov 29<sup>th</sup>, 2022

Revised Aug 19<sup>th</sup>, 2024

Accepted Aug 24<sup>th</sup>, 2024

#### Keyword:

Rendahnya Minat

Rumah Makan

Sertifikasi Halal

### ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi rendahnya minat pelaku usaha kuliner rumah makan dalam menggunakan sertifikasi halal. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi langsung, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Faktor-faktor yang menyebabkan rendahnya minat pelaku usaha rumah makan di Kota Jambi dalam menggunakan sertifikasi halal terdiri dari faktor internal dan eksternal, antara lain; a. Faktor Internal meliputi faktor pengetahuan (rendahnya pengetahuan mengenai sertifikasi halal, keyakinan bahwa sebagai umat muslim pasti akan menjual makanan yang halal, pelaku usaha beranggapan bahwa sertifikasi halal hanya diperuntukkan bagi restoran terkenal dan produk kemasan, sertifikasi halal dianggap sebagai formalitas saja), dan faktor lokasi (lokasi usaha cukup strategis, pelaku usaha rumah makan masih menganggap bahwa sertifikasi halal tidak akan berpengaruh kepada omzet penjualan, lingkungan sekitar masih banyak yang belum menggunakan sertifikasi halal, konsumen tidak ada yang menanyakan sertifikat kehalalan rumah makan), b. Faktor Eksternal meliputi faktor pelayanan (kurangnya sosialisasi dari pihak Satgas Layanan Sertifikasi Halal Kemenag Provinsi Jambi kepada pelaku usaha rumah makan, (2) Faktor paling dominan yang mempengaruhi rendahnya minat pelaku usaha rumah makan dalam menggunakan sertifikasi halal adalah pengetahuan yang sangat rendah mengenai sertifikasi halal.



© 2024 The Authors. Published by UNJA.

This is an open access article under the CC BY-NC-SA license

(<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0>)

### Corresponding Author:

Rudianto

Universitas Jambi

Email: [arudi5225@gmail.com](mailto:arudi5225@gmail.com)

## Pendahuluan

Populasi Muslim di dunia meningkat dengan cepat sebagai akibat dari globalisasi. Pada tahun 2015, populasi Muslim di dunia sekitar 24 persen, atau 1,8 miliar orang, dan diperkirakan akan mencapai 2,7 miliar pada tahun 2050, atau 29 persen dari populasi dunia (The Pew Research Center, 2019).

Mayoritas penduduk Indonesia beragama Islam, dan barang halal sangat diminati (Fatmawati, 2011). Indonesia merupakan negara yang mengutamakan perlindungan kebebasan beragama bagi seluruh penduduknya. Hal ini diatur dalam ketentuan (UUD 1945 Pasal 29 ayat 2), negara melindungi kemerdekaan setiap penduduk untuk memeluk agamanya masing-masing dan untuk beribadah menurut keyakinan dan kepercayaannya itu.

Seiring dengan pertumbuhan jumlah usaha mikro, kecil, dan menengah dibandingkan dengan usaha lain, demikian pula penggunaan sertifikasi halal pada produk. Sertifikasi halal memberikan jaminan kepada muslim bahwa mereka akan diizinkan untuk mengkonsumsi produk makanan yang sesuai dengan hukum Islam.

Sertifikasi halal adalah fatwa tertulis yang dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang menyatakan kehalalan suatu produk. Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, dan Kosmetika (LPPOM) dan komisi fatwa mengeluarkan sertifikasi halal, yang bertujuan untuk memastikan kehalalan produk pangan bagi konsumen muslim dengan menggunakan instrumen sertifikasi halal (Ramlan & Nasrowi, 2014).

Berdasarkan data Statistik Produk Tersertifikasi Halal MUI Tahun 2015-2021 terdapat total sebanyak 19.517 perusahaan. Dari 1.292.392 produk yang beredar dan telah diproduksi oleh perusahaan tersebut, terdapat 44.737 produk yang telah tersertifikasi halal (LPPOM MUI). Sehingga hanya sebanyak 2,9% produk yang telah tersertifikasi halal, sedangkan sisanya belum memiliki sertifikat halal. Hal ini membuktikan bahwa ada beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi pelaku usaha kuliner belum menggunakan sertifikasi halal pada produknya.

Produk makanan dan minuman halal memiliki potensi untuk diproduksi di setiap daerah. Pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah di setiap daerah bersifat unik. Provinsi Jambi salah satunya, dan saat ini sedang berupaya memperkuat kinerja koperasi dan usaha mikro, kecil, dan menengah melalui Pembentukan Pusat Layanan Usaha Terpadu (Dinas Koperasi dan UKM, 2020).

Berdasarkan data Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Jambi (Badan Pusat Statistik) jumlah UMKM tertinggi berada di Kota Jambi sebanyak 47.813 unit usaha, dan jumlah UMKM terendah berada di Kabupaten Tebo sebanyak 1.268 unit usaha. Jambi adalah sebuah Provinsi Indonesia yang terletak di pesisir timur di bagian tengah Pulau Sumatera. Provinsi Jambi secara geografis terletak antara 0,45° Lintang Utara, 2,45° Lintang Selatan dan antara 101,10°-104,55° Bujur Timur. Kondisi geografis yang cukup strategis di antara kota-kota lain di provinsi sekitarnya membuat peran provinsi ini cukup penting terlebih lagi dengan dukungan sumber daya alam yang melimpah.

Berdasarkan data Perkembangan UMKM di Kota Jambi Tahun (2015-2018), UMKM di Kota Jambi mengalami peningkatan setiap tahunnya sedangkan jumlah UMKM yang sudah memiliki sertifikasi halal hanya 5% dari jumlah UMKM yang ada. Dapat disimpulkan bahwa masih rendahnya minat para pelaku usaha kuliner dalam menggunakan sertifikasi halal pada produk makanan dan minuman yang dipasarkan, hal ini membuat masyarakat menjadi khawatir terhadap produk yang diciptakan dan ditawarkan oleh usaha mikro, kecil, dan menengah.

Sebagian besar masyarakat Jambi memeluk agama Islam yaitu sebesar 94,27 persen, sedangkan selebihnya merupakan pemeluk agama Kristen Protestan 2,90 persen, Katolik 1,30 persen, Buddha 1,29 persen, Konghucu 0,12 persen, dan sebagian kecil pemeluk agama Hindu 0,08 persen. Dengan mayoritas masyarakat Kota Jambi yang beragama Islam, hal ini seharusnya

dimanfaatkan oleh UMKM untuk mengajukan sertifikasi halal sehingga produk yang dijual dapat teruji kehalalannya, sehingga persebaran sertifikasi halal juga akan ikut meningkat.

Adanya perkembangan zaman yang semakin maju, pola kehidupan masyarakat mengalami perubahan. Bagi masyarakat yang sehari-hari sibuk bekerja hampir tidak mempunyai waktu dan tenaga untuk menyiapkan hidangan keluarga, apalagi harus menyelenggarakan dan menyiapkan sendiri jamuan makan untuk acara tertentu. Dengan demikian masyarakat akan menyerahkan tanggung jawab penyediaan makanan kepada pengusaha restoran yang dapat dipercaya untuk memberikan pelayanan dalam menyiapkan makanan dan minuman.

Peran restoran bukan hanya menyiapkan kebutuhan makanan dan minuman bagi konsumen, tetapi juga ikut serta dalam membantu perekonomian pemerintah daerah dengan membayar pajak. Adapun tarif pajak restoran yang ditetapkan oleh pemerintah daerah adalah sebesar 10 persen. Melihat dari peran rumah makan dalam membantu perekonomian daerah perkotaan dan jumlah masyarakat Kota Jambi yang mayoritas memeluk agama Islam yaitu sebesar 94,27 persen, seharusnya jumlah penggunaan sertifikasi halal juga ikut optimal. Namun menurut data tabel 1.1 persebaran sertifikasi halal di Kota Jambi masih rendah dibandingkan persebaran jumlah UMKM yang ada di Kota Jambi dan perkembangan jumlah sertifikasi halal hanya sebanyak 5 persen.

Ada beberapa faktor yang menyebabkan minimnya penggunaan label halal pada produk makanan dan minuman saat ini, antara lain keluhan para pelaku UMKM kuliner tentang mahalnya biaya sertifikasi, kurangnya informasi sertifikasi halal bagi pelaku usaha, lamanya proses mendapatkan label halal, dan kurangnya kepercayaan pelaku UMKM kuliner terhadap penggunaan sertifikat halal dapat menambah profitnya (Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia 2019-2024, 2018).

Tentunya setiap pelaku usaha kuliner mempunyai alasan tersendiri kenapa belum menggunakan sertifikasi halal. Maka dari permasalahan yang ada, peneliti mencoba memecahkan masalah dengan melakukan penelitian terkait dengan penyebab belum menggunakan sertifikasi halal melalui judul "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Rendahnya Minat Pelaku Usaha Kuliner Dalam Menggunakan Sertifikasi Halal (Studi Kasus Rumah Makan Di Kota Jambi)".

## Metode

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif. Penelitian kualitatif semacam ini berusaha memahami kebenaran dari apa yang dialami subjek penelitian, seperti sikap, persepsi, analisis, dan sebagainya. (Moleong, 2009). Dalam penelitian ini data primer diperoleh dari hasil wawancara dengan pelaku usaha kuliner khususnya rumah makan yang sudah beroperasi selama 1 tahun dan belum menggunakan sertifikasi halal. Adapun teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah observasi, wawancara, dokumentasi. Sedangkan untuk teknik pengelolaan data dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. *Data Collection* adalah pengumpulan bahan yang dipadukan dengan analisis data, di mana data dikumpulkan tanpa disaring. Akibatnya, semua data yang berkaitan dengan studi harus dikumpulkan dengan menggunakan kategori yang ditetapkan.
2. *Data Reduction* adalah proses mengeluarkan data dari suatu basis data sehingga dapat dikategorikan menurut kebenaran dan keabsahan data tersebut.
3. *Data Display* atau Penyajian Data dari penelitian yang penulis jelaskan secara ilmiah dengan mengabaikan segala kekurangan. Hasil penelitian akan dibahas berdasarkan informasi yang dikumpulkan selama prosedur penelitian.
4. *Conclusion Drawing* atau Penarikan Kesimpulan dari langkah penghapusan data, dan tampilan data tidak menyimpang dari data yang dikumpulkan. Hal ini dicapai dengan mengamati apa yang terjadi dalam penelitian yang dilakukan, memastikan bahwa data

yang dikumpulkan konsisten dengan apa yang telah dikumpulkan. Prosedur ini diikuti agar temuan studi disajikan dengan jelas dan akurat sesuai dengan kondisi.

Alat bantu yang digunakan untuk menganalisis data kualitatif pada penelitian ini yaitu menggunakan *software NVivo 12 Plus*. Dengan demikian, kunci untuk mendapatkan presentasi data dalam bentuk tabel, grafik, diagram, dan model bagi penulis kualitatif yang menggunakan Nvivo 12 plus ialah bagaimana melakukan koding terhadap sumber data penulisan.

## Hasil dan Pembahasan

### A. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Rendahnya Minat

Menurut (Tjiptono, 2000), faktor yang mempengaruhi minat banyak jenisnya, tetapi dapat digolongkan menjadi dua, yaitu:

#### 1. Faktor Internal

Faktor Internal adalah segala faktor yang berasal dari dalam diri manusia, faktor ini biasanya berupa sikap juga sifat yang melekat pada diri seseorang. Dalam penelitian ini, faktor internal berkaitan dengan *Self Correction* (Koreksi diri) dari pemilik rumah makan yang dapat mempengaruhi rendahnya minat untuk menggunakan sertifikasi halal. Adapun faktor internal yang mempengaruhi minat, antara lain :

##### a. Pengetahuan

Pengetahuan tentang sertifikasi halal serta pengetahuan lainnya yang dimiliki pelaku usaha Rumah Makan merupakan hal paling utama yang nantinya dapat mempengaruhi keputusan pelaku usaha Rumah Makan dalam menggunakan sertifikasi halal tersebut. Maka dari itu, kurangnya pengetahuan tentang sertifikasi halal membuat pelaku usaha Rumah Makan menjadi kurang berminat bahkan tidak berminat sama sekali untuk melakukan pengajuan sertifikasi halal.

Dari hasil wawancara yang dilakukan kepada 25 informan mengenai pengetahuan sertifikasi halal, maka penulis mengambil kesimpulan bahwa:

“Tingkat pengetahuan tentang sertifikasi halal masih sangat rendah, pelaku usaha rumah makan hanya mengetahui label halal, MUI, dan tidak mengetahui lembaga lainnya yang berhubungan dalam penerbitan sertifikasi halal, seperti BPJPH dan LPH. Pelaku usaha rumah makan masih beranggapan bahwa sertifikasi halal hanya diperuntukkan kepada rumah makan/restoran yang sudah terkenal dan produk kemasan. Pelaku usaha rumah makan hanya menganggap bahwa sertifikasi halal sebagai formalitas saja, mereka yakin bahwa makanan yang dijual sudah pasti halal dan belum ada arahan dari pemerintah untuk langsung datang ke lokasi rumah makan. Oleh karena itu, faktor pengetahuan sangat mempengaruhi rendahnya minat pelaku usaha rumah makan dalam menggunakan sertifikasi halal”.

##### b. Lokasi

Lokasi dapat menjadi faktor internal yang mempengaruhi minat pelaku usaha dalam menggunakan sertifikasi halal. Lokasi usaha di tempat strategis akan mempermudah pemasaran karena pada umumnya *main location* berada di tempat yang strategis dan paling sering dilalui dan disinggahi banyak orang. Kemudian berada di *main location* juga akan mudah ditemukan oleh calon konsumen. Hal inilah yang akan mempermudah pemasaran dari produk yang dipasarkan.

Dari hasil wawancara yang dilakukan kepada 25 informan mengenai lokasi, maka penulis mengambil kesimpulan bahwa:

“Untuk lokasi para pelaku usaha rumah makan sudah cukup strategis untuk menarik konsumen, di lingkungan sekitar mereka juga banyak yang belum menggunakan sertifikasi halal. Hal ini mengakibatkan pelaku usaha tidak menggunakan sertifikasi halal, juga didukung dengan tidak adanya pengaruh terhadap omzet penjualan dan konsumen tidak pernah bertanya mengenai sertifikat kehalalan rumah makan tersebut”.

## 2. Faktor Eksternal

Faktor eksternal merupakan faktor yang asalnya dari luar diri seseorang atau individu. Dalam penelitian ini, faktor eksternal berkaitan dengan penilaian atau tanggapan pemilik rumah makan di Kota Jambi kepada pihak Satgas Layanan Sertifikasi Halal Kemenag Provinsi Jambi mengenai implementasi yang sudah dilakukan Satgas dalam optimalisasi persebaran sertifikasi halal khususnya kepada rumah makan yang ada di Kota Jambi. Faktor eksternal yang dapat mempengaruhi minat pemilik rumah makan dalam menggunakan sertifikasi halal, adalah:

### a. Pelayanan

Pelayanan adalah suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik, dan menyediakan kepuasan pelanggan (Sinambela, 2008). Dalam penelitian ini, pelanggan yang dimaksud adalah pelaku usaha rumah makan yang ada di Kota Jambi.

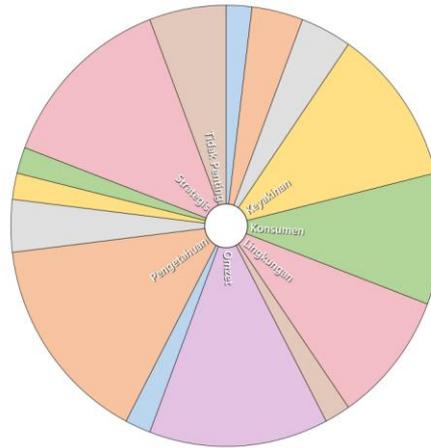
Dari hasil wawancara yang dilakukan kepada 25 pemilik rumah makan dan 1 orang dari pihak satgas sertifikasi halal mengenai pelayanan yang diberikan satgas layanan sertifikasi halal kemenag Provinsi Jambi kepada pelaku usaha rumah makan, maka penulis mengambil kesimpulan bahwa:

“Pelayanan yang diberikan oleh lembaga penerbitan sertifikasi halal kepada para pelaku usaha kuliner mengenai bagaimana prosedur pengajuan sertifikasi halal, biaya pengajuan sertifikasi halal, dan jangka waktu penerbitan sertifikasi halal belum mempengaruhi rendahnya minat para pelaku usaha rumah makan yang ada di Kota Jambi, karena para pelaku usaha rumah makan belum pernah mengajukan sertifikasi halal sehingga belum mengetahui hal tersebut, kemungkinan jika pelaku usaha rumah makan sudah pernah mengajukan sertifikasi kepada Satgas Layanan Sertifikasi Halal Kemenag Provinsi Jambi maka baru bisa dilihat apakah pelayanan yang diberikan berpengaruh terhadap rendahnya minat pelaku usaha atau tidak berpengaruh. Kurangnya sosialisasi yang diberikan pihak Satgas Layanan Sertifikasi Halal Kemenag Provinsi Jambi kepada pelaku usaha rumah makan menjadikan para pelaku usaha belum mengajukan sertifikasi, hal ini dikarenakan kurangnya dana membuat Satgas Sertifikasi Halal belum bisa turun langsung ke tempat rumah makan yang ada di Kota Jambi. Saat ini pihak Satgas Layanan Sertifikasi Halal Kemenag Provinsi Jambi sedang fokus kepada program SEHATI yang terkhusus untuk UMK dan untuk program selanjutnya bakalan fokus kepada rumah makan yang ada di Kota Jambi”.

## B. Faktor Paling Dominan Yang Mempengaruhi Rendahnya Minat

Berdasarkan hasil dari analisis data wawancara terkait dengan faktor-faktor yang mempengaruhi rendahnya minat pelaku usaha rumah makan dalam menggunakan sertifikasi halal dan kata-kata yang paling sering muncul dengan menggunakan *software* NVivo 12 pada *Word Cloud* diantaranya adalah pengetahuan, formalitas, penerbitan, pemerintah, dan sebagainya.





**Gambar 3** Hierarki Chart Analisis Data Bulat

*Sumber: Data diolah*

Dari data gambar *Hierarki Chart* diatas juga dapat disimpulkan bahwa faktor pengetahuan merupakan bagian yang terluas dibandingkan dengan faktor lainnya. Hal ini menjelaskan bahwa rendahnya tingkat pengetahuan para pelaku usaha rumah makan menjadikan salah satu faktor yang paling mendominasi sehingga membuat para pelaku usaha rumah makan belum minat untuk menggunakan atau mengajukan sertifikasi halal.

Pengetahuan yang dimiliki oleh manusia merupakan hasil upaya yang dilakukan oleh manusia dalam mencari suatu kebenaran atau masalah yang dihadapi. Kegiatan atau upaya yang dilakukan oleh manusia dalam mencari suatu kebenaran atau masalah yang dihadapi pada dasarnya merupakan kodrat dari manusia itu sendiri atau disebut sebagai keinginan. Keinginan itu memberikan dorongan untuk mendapatkan sesuatu yang diinginkan. Pengetahuan menjadi salah satu faktor yang sangat penting dalam mengambil keputusan apapun, semakin tinggi tingkat pengetahuan manusia maka semakin kritis tingkat berfikir seseorang dalam menyelesaikan masalah, sehingga dalam pengambilan keputusan akan banyak hal yang dijadikan pertimbangan sebelum mengambil keputusan apapun. Seperti halnya pelaku usaha rumah makan dalam mengambil keputusan untuk menggunakan sertifikat halal. Pelaku usaha masih beranggapan bahwa yang mereka jual sudah pasti halal, sehingga tidak memerlukan sertifikat halal. Hal ini membuktikan bahwa pengetahuan halal para pelaku usaha masih rendah, karena untuk mengetahui produk yang diproduksi itu halal atau tidak haruslah perlu dilakukan pemeriksaan yang sangat kritis dan harus dilakukan oleh pihak yang berkompeten seperti BPJPH, MUI, dan LPH.

Menurut (Reber, 2010), pengetahuan secara kolektifnya merupakan kumpulan informasi yang dimiliki oleh seseorang atau kelompok, atau budaya tertentu. Sedangkan pengetahuan secara umum merupakan komponen-komponen mental yang dihasilkan dari semua proses apapun, baik lahir secara bawaan atau dicapai lewat pengalaman. Pengetahuan adalah suatu hasil dari rasa keingintahuan melalui proses sensoris, terutama pada mata dan telinga terhadap objek tertentu. Pengetahuan merupakan domain yang penting dalam terbentuknya perilaku terbuka atau open behavior (Donsu, 2017).

Menurut (Notoatmodjo, 2014), pengetahuan dipengaruhi oleh faktor pendidikan formal dan sangat erat hubungannya. Diharapkan dengan pendidikan yang tinggi maka akan semakin luas pengetahuannya. Tetapi orang yang berpendidikan rendah tidak mutlak berpengetahuan rendah pula. Peningkatan pengetahuan tidak mutlak diperoleh dari pendidikan formal saja, tetapi juga dapat diperoleh dari pendidikan non formal. Pengetahuan akan suatu objek mengandung dua aspek yaitu aspek positif dan aspek negatif, kedua aspek ini akan

menentukan sikap seseorang. Semakin banyak aspek positif dan objek yang diketahui, maka akan menimbulkan sikap semakin positif terhadap objek tertentu.

Proses adopsi perilaku yakni sebelum seseorang mengadopsi perilaku baru di dalam diri orang tersebut terjadi beberapa proses, diantaranya: (1) *Awareness* ataupun kesadaran yaitu pada tahap ini individu sudah menyadari ada stimulus atau rangsangan yang datang padanya, (2) *Interest* atau merasa tertarik yaitu individu mulai tertarik pada stimulus tersebut, (3) *Evaluation* atau menimbang-nimbang dimana individu akan mempertimbangkan baik dan tidaknya stimulus tersebut bagi dirinya, inilah yang menyebabkan sikap individu menjadi lebih baik, (4) *Trial* atau percobaan yaitu dimana individu mulai mencoba perilaku baru, (5) *Adaption* atau pengangkatan yaitu individu telah memiliki perilaku baru sesuai dengan pengetahuan, sikap, dan kesadarannya terhadap stimulus (Notoatmodjo, 2014).

Sebagai umat manusia tentunya dituntut untuk selalu mencari ilmu, baik ilmu yang berasal dari kejadian secara langsung maupun berasal dari orang lain. Sebagaimana Firman Allah SWT yang dijelaskan dalam QS. An-Nahl ayat 43, yang artinya:

*“Dan Kami tidak mengutus sebelum kamu, kecuali orang-orang lelaki yang Kami beri wahyu kepada mereka; maka bertanyalah kepada orang yang mempunyai pengetahuan jika kamu tidak mengetahui”*. [QS. An-Nahl: 43]

Menurut tafsir dari Kementerian Agama RI, adalah:

“Pengutusan para nabi dan rasul adalah sesuatu yang hak dan benar adanya. Dan Kami tidak mengutus kepada umat manusia sebelum engkau, wahai Muhammad, melainkan orang laki-laki terpilih yang memiliki keistimewaan dan ketokohan dari kalangan manusia, bukan malaikat, yang Kami beri wahyu kepada mereka melalui utusan Kami, Jibril agar disampaikan kepada umat mereka; maka bertanyalah, wahai orang yang meragukan keesaan Allah dan tidak mengetahui tuntunan-Nya, kepada orang yang mempunyai pengetahuan tentang nabi dan kitab-kitab Allah, jika kamu tidak mengetahui”.

Menurut tafsir Quraish Shihab, adalah:

“Wahai Muhammad, Kami tidak mengutus para rasul sebelum kamu kepada umat-umat terdahulu kecuali orang-orang lelaki yang telah Kami beri wahyu sesuai dengan kehendak Kami. Kami tidak pernah mengutus malaikat sebagaimana yang dikehendaki oleh kaummu yang kafir. Jika kalian, hai orang-orang kafir, tidak mengetahui itu, maka bertanyalah kepada orang-orang berilmu yang mengetahui kitab-kitab samawi. Kalian akan tahu bahwa semua rasul Allah itu manusia, bukan malaikat”.

## Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan peneliti dengan pelaku usaha kuliner pada 25 rumah makan yang sudah beroperasi lebih dari 1 tahun belum menggunakan sertifikasi halal dan 1 orang Satgas Layanan Sertifikasi Halal Kemenag Provinsi Jambi melalui kegiatan observasi dan wawancara dapat disimpulkan bahwa:

Faktor-faktor yang menyebabkan rendahnya minat pelaku usaha rumah makan di Kota Jambi dalam menggunakan sertifikasi halal dibagi menjadi dua, yaitu:

### 1. Faktor Internal

Faktor ini meliputi pengetahuan dan lokasi rumah makan, Adapun bila dijabarkan lebih lanjut untuk pengetahuan mencakup beberapa point, yaitu: Rendahnya pengetahuan mengenai sertifikasi halal, Keyakinan bahwa sebagai umat muslim pasti akan menjual makanan yang halal, Pelaku usaha rumah makan masih beranggapan bahwa sertifikasi halal hanya diperuntukkan bagi restoran terkenal dan produk kemasan, Sertifikasi halal hanyalah dianggap sebagai formalitas saja. Sementara untuk lokasi rumah makan

mencakup point-point berikut: Lokasi usaha sudah strategis, Pelaku usaha rumah makan masih menganggap bahwa sertifikasi halal tidak akan berpengaruh kepada omzet penjualan, Lingkungan sekitar masih banyak yang belum menggunakan sertifikasi halal, Konsumen tidak ada yang menanyakan sertifikat kehalalan rumah makan.

## 2. Faktor Eksternal

Faktor ini berasal dari pihak institusi yang memberikan layanan sertifikasi halal yaitu Badan Pengelola Jaminan Produk Halal (BPJPH) Kemenag Provinsi Jambi, yaitu Kurangnya sosialisasi dari pihak BPJPH kepada pelaku usaha rumah makan, hal ini dikarenakan kurangnya dana membuat pihak BPJPH belum bisa mendatangi lokasi rumah makan yang ada di Kota Jambi

Faktor paling dominan yang mempengaruhi rendahnya minat pelaku usaha rumah makan dalam menggunakan sertifikasi halal adalah pengetahuan yang sangat rendah mengenai sertifikasi halal.

## Referensi

- Abdul Rahman Shaleh dan Muhib Abdul Wahab. *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*. (Jakarta: Prenada Media, 2004).
- Adya Barata, Atep., (2004). *Dasar-Dasar Pelayanan*. Prima cet 2. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Agustinus Bandur., (2016). *Penelitian Kualitatif-Metodologi, Desain dan Teknik Analisis Data dengan Nvivo 11 Plus*. Edisi Pertama. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Agustin, R. P. (2014). Hubungan antara produktivitas kerja terhadap pengembangan karir pada karyawan PT Bank Mandiri Tarakan. *eJournal Psikologi*, 02(01), 24 - 40.
- Alcacer, Juan. (2003). *Location choices across the value chain: How activity and capability influence agglomeration and competition effects*. New York : Stern School of Business New York University.
- Aldilal, A. (2020). *Prasangka Konflik & Kecemburuan Sosial Antara Pekerja China Dan Masyarakat Lokal Di Pt. Virtue Dragon Nikel Industri Sulawesi Tenggara J-Ika*, 7(2), 155–165.
- Al-Qur'anul Karim.
- Ambali A. R. & Bakar A. N. (2013). Halal Food and Product in Malaysia : *People's Awareness and Policy Implications*. *Intellectual Discourse*, 7–32.
- Bazeley, P., Jackson, K. (2013). *Qualitative Data Analysis Nvivo*. London: Sage Publications Ltd.
- Bungin, B. (2003). *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Pemahaman Filosofis dan Metodologis ke Arah Penguasaan Model Aplikasi. Raja Grafindo Persada, Jawa Barat.
- Debbi Nukeriana. (2018). Implementasi Sertifikasi Halal Pada Produk Pangan Di Kota Bengkulu. *Skripsi*, Bengkulu.
- Desi Rahma Nuri. (2021). Analisis Rendahnya Minat Pemilik Rumah Makan Di Kota Jambi Untuk Melakukan Sertifikasi Halal. *Skripsi*, Jambi: Universitas Jambi.
- Dokumen Diskop UMKM. Kota Jambi, *Indikator Urusan Umkm Kota Jambi*. (akses 04 november 2018).
- Fajaruddin. (2018). Efektivitas Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal Dalam Perlindungan Konsumen. De Lega Lata: *Jurnal Ilmu Hukum Fakultas Hukum*.

- Fandi Tjiptono. (2000). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Fatmawati. (2011). *Perlindungan Hak Atas Kebebasan Beragama Dan Beribadah Dalam Negara Hukum Indonesia.*, 8(4): 499.
- Harapan, Sofyan Syafri. (2011). *Teori Akuntansi*. Edisi Revisi 2011. Jakarta: Rajawali Pers.
- Heizer, Jay and Render Barry. (2015). *Manajemen Operasi : Manajemen Keberlangsungan dan Rantai Pasokan*, edisi 11, Salemba Empat, Jakarta.
- Ibeng, Parta. (2020). “*Pengertian Sosialisasi, Tujuan, Macam, Fungsi, Media, dan Contohnya*”. (<https://pendidikan.co.id/pengertian-sosialisasi-tujuan-macam-fungsi-media-dan-contohnya/>) . Diakses hari Rabu tanggal 15 April 2020 pukul 21.31 WIB.
- Irawan, H. (2009). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Dalam Memutuskan Menabung di Bank Syariah Mandiri Cabang Malang. *Skripsi*, Malang: Universitas Islam Negeri (UIN) Malang.
- Kasmir. (2006). *Kewirausahaan*. Jakarta: Rajawali Pers
- Kasmir. (2013). *Manajemen Perbankan*. Jakarta : PT. Grapindo Persada.
- Kotler, Philip. (2002). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Prenhallindo.
- Labela, T. M. Z. (2019). *Analisis Minat Masyarakat Desa Sampung Dalam Menggunakan Produk Perbankan Syariah*. Doctoral Dissertation, IAIN Ponorogo.
- Lijan, Poltak Sinambela., (2008). *Reformasi Pelayanan Publik*. Jakarta: Bumi Aksara
- Maryati, T., Syarief, R. and Hasbullah. (2016). Analisis Faktor Kendala dalam Pengajuan Sertifikat Halal (*Studi Kasus : Pelaku Usaha Mikro , Kecil dan Menengah Makanan Beku di Jabodetabek*). 04(3), pp. 364–371.
- Mega Komala Sari. (2019). Peluang Dan Tantangan Sertifikasi Halal Pada Produk Makanan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kota Jambi. *Skripsi*, Jambi: UIN STS Jambi.
- Moleong, L. J. (2009). *Penelitian Kualitatif*. Rineka Cipta, Jakarta.
- Moeliono, Anton M, dkk. (1999). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Muhammad Anwar Fathoni., Tasya Hadi Syahputri. (2020). Potret Industri Halal Indonesia: Peluang dan Tantangan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*.
- Muhammad Reza., Yudhi Fahrimal. (2021). Proses Komunikasi Pelaku Usaha Kuliner Dalam Memperoleh Sertifikasi Halal Di Kota Banda Aceh. *Jurnal Penelitian Sosial Ilmu Komunikasi*.
- Muhlisatin. (2020). “*Kendala Penerapan Sertifikat Halal Bagi Pelaku Usaha Warung Muslim di Kecamatan Karangasem, Bali Ditinjau Dari Hukum Perlindungan Konsumen*”.
- Notoatmodjo, S. (2014). *Ilmu Perilaku Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta
- Peraturan Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal Nomor 1 Tahun 2021 Bab 1 Pasal B ayat (6).
- Peraturan Pemerintah Nomor 31 Tahun 2021 Tentang “*Penyelenggaraan Bidang Jaminan Produk Halal*”.
- Peraturan Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi (KEMENPAN RB) Nomor 63/2003 Tentang “*Pedoman Umum Penyelenggaraan Pelayanan*”.

- Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 72 Tahun 2019 Tentang “Perubahan atas Permendagri nomor 137 Tahun 2017 tentang Kode dan Data Wilayah Administrasi Pemerintahan”. Kementerian Dalam Negeri Republik Indonesia. Diarsipkan dari versi asli (PDF) tanggal 25 Oktober 2019. Diakses tanggal 15 Januari 2020.
- Maman Rachman,. (2008). *Penelitian Tindakan Kelas (Dalon Bagan)*. Semarang: Universitas Negeri Semarang.
- Ramlan Nahrowi., (2018). Sertifikasi Halal Sebagai Penerapan Etika Bisnis Islami Dalam Upaya Perlindungan Bagi Konsumen Muslim. *Skripsi: Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumut*. hlm.147-148.
- Reber, S.A., Reber, S.E. (2010). *Kamus Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Sifa Aprilia., Anita Priantina. (2022). Analisa Strategi Peningkatan Sertifikasi Halal Sektor Kuliner Di Bangka Selatan. *International Journal Mathia’ul Anwar of Halal Issues*.
- Shinta, A. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Universitas Brawijaya Press.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta., Bandung.
- Tarigan, Robinson., (2006). *Perencanaan Pembangunan Wilayah*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Thomas Aquinus. *Tiap Tahun Jumlah UMKM di Jambi Meningkat Hingga Melebihi 10 Ribu*. [Trubus.id/diakses](http://Trubus.id/diakses) (08 november 2018).html.
- Undang-Undang Jaminan Produk Halal Pasal 1 Ayat (10) Dan (11).
- Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang *Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah*.
- Undang-Undang Nomor 25 Pasal 34 Tahun 2009.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 Tentang *Jaminan Produk Halal*.
- Undang-Undang Jaminan Produk Halal Pasal 33 Ayat (6).
- Undang-Undang Jaminan Produk Halal Pasal 49 Tentang *Pengawasan Terhadap Jaminan Produk Halal (Jph) Dilaksanakan Oleh BPJPH*.
- Undang-Undang Jaminan Produk Halal Pasal 59
- Undang-Undang Jaminan Produk Halal Pasal 29 Ayat (3).
- Verra Febriani. (2019). Problematika Pendaftaran Sertifikasi Halal Bagi UMKM (Studi pada Usaha Mikro di sekitar Ciputat). *Skripsi*, Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah.
- Yusuf Qardlawi. *Halal Haram Dalam Islam*. (Solo: Era Intermedia, 2003), h. 36.
- Zamawe, F. C. (2015). The implication of using NVivo software in qualitative data analysis: Evidence-based reflections. *Malawi Medical Journal*, 27(1), 13–15. <https://doi.org/10.4314/mmj.v27i1.4>.