

## PERAN SERTIFIKASI HALAL DAN KEPATUHAN PRAKTIK HALAL TERHADAP KINERJA BISNIS BERKELANJUTAN: INVESTIGASI PEMODELAN EMPIRIS SEKTOR UMKM KULINER NUSANTARA

### THE ROLE OF HALAL CERTIFICATION AND COMPLIANCE OF HALAL PRACTICES TO SUSTAINABLE BUSINESS PERFORMANCE: INVESTIGATION OF EMPIRICAL MODELING OF THE NUSANTARA CULINARY MSME SECTOR

**Muhammad Alfarizi**

Universitas Bina Nusantara Jakarta, Indonesia  
muhammad.alfarizi@binus.ac.id



Copyright of Harmoni: The Research and Development Center for Guidance for Religious Societies and Religious Services of the Ministry of Religious Affairs of the Republic of Indonesia

#### Abstract

*Halal certification in the Indonesian culinary micro industry is a necessity to meet the demands of Muslim consumers while at the same time supporting Indonesia's existence as the center of the Asian region's halal industry. The halal certification program has an impact on the culinary business sector that is rarely researched. This study aims to explore the relationship between halal certification of archipelago culinary products and business performance. There are six variables involved, namely culinary halal certification, halal compliance practices, halal quality assurance which are further hypothesized with operational performance intervention variables and are associated with improving business financial performance. This study involved 183 culinary MSME owners who had previously undergone a halal certification assessment using a convenience sampling technique. The results of the data were analyzed using the SEM PLS modeling technique through the Smart PLS Version 3 application. This study shows that the culinary halal certification program, halal practice compliance and halal quality assurance affect business operational performance. In the end, the operational performance of the business positively improves the financial performance of the business. Three major recommendation sections were formed for Culinary SMEs, BPJPH and Academics in Indonesia.*

**Keywords:** BPJPH, Business Performance, Halal Certification, Culinary MSMEs

#### Abstrak

Sertifikasi halal pada industri mikro kuliner Indonesia menjadi sebuah kebutuhan untuk memenuhi permintaan konsumen muslim sekaligus mendukung keberadaan Indonesia sebagai sentral industri halal kawasan Asia. Program sertifikasi halal memiliki dampak pada sektor bisnis kuliner yang jarang diteliti. Studi ini bertujuan untuk mengeksplorasi hubungan antara sertifikasi halal produk kuliner nusantara dan kinerja bisnis. Terdapat enam variabel yang terlibat yakni sertifikasi halal kuliner, kepatuhan praktik halal, penjaminan mutu halal yang berikutnya dihipotesiskan dengan variabel intervening kinerja operasional dan dihubungkan dengan peningkatan kinerja keuangan bisnis. Studi ini melibatkan 183 pemilik UMKM kuliner yang

sebelumnya telah menjalani penilaian sertifikasi halal dengan teknik pengambilan *convenience sampling*. Hasil data dianalisis menggunakan teknik pemodelan SEM PLS melalui aplikasi SmartPLS Versi 3. Studi ini menunjukkan program sertifikasi halal kuliner, kepatuhan praktik halal dan penjaminan mutu halal mempengaruhi kinerja operasional bisnis. Pada akhirnya kinerja operasional bisnis meningkatkan kinerja keuangan bisnis secara positif. Tiga bagian rekomendasi besar terbentuk bagi pihak UMKM Kuliner, BPJPH dan Akademisi di Indonesia.

**Kata kunci:** BPJPH, Kinerja Bisnis, Sertifikasi Halal, UMKM Kuliner

## PENDAHULUAN

Al-Qur'an secara tegas memerintahkan umat Islam untuk selalu mengkonsumsi produk halal. Implikasinya adalah bahwa ajaran tentang halal merupakan bagian dari sistem keyakinan Islam dan kode etik moral yang berperan penting dalam kehidupan sehari-hari umat Islam, termasuk dalam membimbing konsumen muslim dalam berperilaku (Azwar, Usman, & Abdullah, 2022). Othman dkk (2016) mengungkapkan bahwa mengkonsumsi produk halal merupakan kewajiban yang hakiki bagi umat Islam di manapun mereka berada. Oleh karena itu, tidak mengherankan jika konsumen muslim peka terhadap produk dan jasa yang ditawarkan di pasar (Othman, Shaarani, & Bahron, 2016).

Konsep halal tidak hanya sesederhana tentang bahan tetapi juga tentang metode penyiapan, penyembelihan, pembersihan, pengelolaan dan bentuk pengelolaan lain yang berlaku (Kurniawati & Savitri, 2019). Mengingat pangan merupakan kebutuhan dasar manusia yang dikonsumsi manusia secara terus menerus dari waktu ke waktu, maka tidak heran jika pangan halal mendapat perhatian yang sangat baik dari semua pihak. Pada tahun 2018, makanan dan minuman halal menghasilkan pengeluaran Muslim berdasarkan kategori sebesar US\$1,37 triliun, diikuti oleh pakaian sebesar US\$283 miliar, media dan rekreasi sebesar US\$220 miliar, dan pariwisata ramah Muslim sebesar US\$189 miliar, serta obat-obatan dan kosmetik konsumen sebesar US\$156 (Ratanamaneichat & Rakkarn, 2013). Makanan dan minuman halal diperkirakan akan tetap menjadi pengeluaran Muslim tertinggi pada tahun 2024, dengan pengeluaran sebesar US\$1,97 triliun (Sayogo, 2018).

Negara Muslim terbesar adalah Indonesia yang diperkirakan berjumlah 229 juta umat Islam, sehingga tidak heran jika Indonesia menjadi pasar konsumen makanan halal terbesar di dunia (Farhan & Andriansyah, 2016). Dinar Standard (2020) melaporkan bahwa pengeluaran Muslim Indonesia untuk makanan dan minuman pada 2019 adalah \$144 miliar. Indonesia juga merupakan negara yang terus membangun ekonomi syariah. Hal itu setidaknya ditunjukkan dari peringkat Global Islamic Economy Indicator, Indonesia berada di posisi keempat (Mubarok & Imam, 2020). Indikator-indikator tersebut menunjukkan pentingnya meneliti makanan halal di Indonesia.

Dalam beberapa tahun terakhir, minat terhadap sertifikasi makanan halal semakin meningkat, terutama dengan implikasi kewajiban sertifikasi halal paling lambat pada tanggal 17 Oktober 2024 sesuai Undang Undang No.33 Tahun 2014 dan PP Nomor 39 tahun 2021 dengan tiga kelompok produk (Luthviati & Jenvitchuwong, 2021). Pertama, produk makanan dan minuman. Kedua, bahan baku, bahan tambahan pangan, dan bahan penolong untuk produk makanan dan minuman. Ketiga, produk hasil sembelihan dan jasa penyembelihan. Jika melewati tanggal tersebut tiga kategori produk belum tersertifikasi halal maka akan diberikan sanksi mulai dari peringatan tertulis, denda administratif, hingga penarikan barang dari peredaran (Charity, 2017).

Tidak diragukan lagi, industri kuliner baik skala makro maupun mikro sudah mulai menerapkan sertifikasi halal produk kuliner dalam skala global. Perusahaan makanan internasional seperti McDonald's dan Nestle telah menerapkan dan memperkenalkan sertifikasi halal secara ekstensif ke dalam operasi dan produksi mereka (Rafiki & Abdul Wahab, 2016). Bahkan usaha kuliner mikro sudah mulai sadar kepentingan sertifikasi halal. Menurut Latif dkk (2014), fenomena ini disebabkan oleh tekanan konsumen yang tiada henti dan persaingan industri makanan yang mendalam (Latif, Mohamed, Sharifuddin, Abdullah, & Ismail, 2014). Namun, mengejar sertifikasi produk kuliner halal bisa sia-sia jika industri kuliner mikro tidak dapat menikmati keuntungan dari sertifikasi. Lebih tepatnya, upaya ekstensif untuk mengimplementasikan sertifikasi produk kuliner halal dianggap tidak praktis jika tidak berkontribusi pada peningkatan kinerja bisnis. Oleh karena itu, hal ini menimbulkan pertanyaan apakah penerapan sertifikat halal pangan dapat mempengaruhi kinerja industri kuliner mikro atau tidak?

Terlepas dari meningkatnya minat, ruang lingkup penelitian sertifikasi produk kuliner halal agak tidak seimbang dan perbedaan tersebut ditunjukkan oleh terbatasnya literatur tentang penelitian produksi kuliner halal (Annabi & Ibidapo-Obe, 2017; Katuk et al., 2021a; Muhammad, Elistina, & Ahmad, 2020; Rosnan, Osman, Nor, & Aminuddin, 2015; Salindal, 2019). Penelitian yang mempelajari pihak hulu rantai makanan halal (yaitu pemasok, produsen, produsen, pengecer) masih langka. Kurangnya penelitian produksi makanan halal ini, bagaimanapun, umumnya mempelajari atribut, alasan, kesiapan dan persepsi tentang produk kuliner halal (Aziz & Chok, 2013; Jaiyeoba, Abdullah, & Dzuljastri, 2019). Peneliti produksi kuliner halal belum menyelidiki penyelidikan yang lebih signifikan pada sertifikasi produksi halal, khususnya, hubungannya dengan peningkatan kinerja bisnis.

Mempertimbangkan ruang lingkup penelitian sertifikasi produk kuliner halal yang tidak merata dan pemahaman yang terbatas tentang penelitian produksi makanan halal, makalah ini mencoba untuk menghubungkan variabel yang sebelumnya tidak berhubungan dengan penerapan sertifikat makanan halal dan kinerja bisnis.

## Tinjauan Literatur

Kata “halal” berasal dari bahasa Arab yang berarti “diizinkan oleh Yang Memberi Hukum” (Allah SWT) (M. Khan, Najmi, Ahmed, & Aman, 2019). Dalam al-Qur’an, kata “halal” disebutkan dalam beberapa ayat, salah satunya yang paling signifikan seperti dalam surat al-Baqarah, ayat 168:

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

*“Wahai manusia, makanlah sebagian (makanan) di bumi yang halal lagi baik dan janganlah mengikuti langkah-langkah setan. Sesungguhnya ia bagimu merupakan musuh yang nyata.” (Q.S. Al-Baqarah:168)*

Dalam ayat tersebut, kata “halal” disandingkan dengan kata “*tayyib*” yang berarti “baik”. Banyak ulama yang lebih jauh mengelaborasi kata *tayyib* sebagai suci, baik, sehat, bersih dan selamat (Muflih & Juliana, 2021). *Halalan tayyiban* adalah konsep luas yang mendorong umat Islam untuk mencari hal-hal yang halal dan sehat, sehingga makanan dan minuman yang mereka konsumsi bermanfaat bagi kesehatan fisik dan mental mereka (Fauziah, 2012). Kata haram, di sisi lain, adalah kebalikan dari halal, merujuk pada sesuatu yang dilarang atau dibatasi oleh Pemberi Hukum. Hal-hal yang haram mengacu pada perbuatan atau benda yang jelas-jelas dilarang dengan bukti yang jelas dalam al-Qur’an atau hadits dan dapat dihukum di dunia atau di akhirat (A. Khan, Arafat, & Azam, 2022). Selanjutnya sesuatu yang haram dilarang untuk ditelan atau digunakan karena mengandung bahan-bahan yang diharamkan seperti babi, bangkai, darah, minuman keras dan hewan halal yang belum disembelih menurut syara’ dan hal-hal lain yang dapat menimbulkan efek merugikan bagi manusia (Akram, 2022).

Istilah halal pertama kali digunakan untuk menunjuk makanan dan minuman yang diproduksi sesuai dengan prinsip dan standar Islam. Seiring munculnya produk dan layanan baru, ide halal telah diperluas untuk mencakup hampir semua produk yang mempromosikan merek Islam (Bhutto, Ertz, Soomro, Khan, & Ali, 2022). Landasan dasar dari konsep ini terletak pada tanggung jawab seorang Muslim sebagai kewajiban mereka untuk memenuhi kebutuhan agama mereka. Meskipun demikian, meskipun Muslim dapat menikmati manfaat produk halal atau bersertifikat halal, konsumen non-Muslim juga dapat menghargai produk halal sebagai bagian dari gaya hidup mereka, karena konsumerisme dapat melintasi batas agama dan budaya. Ketika orang menjadi lebih sadar akan kesehatan, cita-cita halal tidak lagi terbatas pada agama murni tetapi telah menjadi jenis masakan yang seimbang dan higienis, menyiratkan bahwa pemasar harus mempertimbangkan aspek lain yang mempengaruhi keputusan pembelian masyarakat (Syamsiyah & Ardana, 2022).

Banyak negara Asia Tenggara seperti Malaysia, Thailand, Indonesia dan Brunei bertujuan untuk menjadi pemain halal global karena permintaan yang

signifikan untuk produk halal tidak hanya di negara-negara Muslim tetapi juga di negara-negara non-Muslim (Karia, 2022). Faktanya, negara-negara non-Muslim seperti Korea Selatan, Brasil, Argentina, Australia, dan Selandia Baru sudah aktif memproduksi daging bersertifikat halal untuk memenuhi permintaan konsumen Muslim global yang terus meningkat (Lee, Hwang, & Kim, 2019).

Dengan meningkatnya kesadaran di kalangan masyarakat muslim maupun non muslim akhir-akhir ini tentang konsep halal, muncullah permintaan akan sistem sertifikasi halal (Artadita & Lestari, 2019). Hal ini dianggap penting bagi pelanggan yang lebih memilih untuk mengkonsumsi produk halal karena memberikan jaminan bahwa makanan tersebut telah diproses dan disiapkan sesuai dengan ketentuan dan prosedur Syariah (Hakim, Mujahidah, & Rusydiana, 2022). Sebagian besar orang beranggapan bahwa halal terutama terkait dengan makanan atau produk makanan; Namun, sebenarnya itu mencakup semua aspek kehidupan sebagai seorang Muslim (Yakub & Zein, 2022). Secara khusus, ini merujuk pada konsumsi produk yang diperbolehkan dari sudut pandang agama meliputi makanan dan minuman, kosmetik, farmasi, perbankan dan keuangan, pekerjaan, perjalanan, teknologi dan layanan transportasi, untuk beberapa nama (Nazri, Rahman, & Md. Shaarani, 2012).

Produk halal harus memenuhi persyaratan syariah sebagaimana dinyatakan dalam Al-Qur'an dan sunnah. Mengkonsumsi produk halal merupakan kewajiban penting umat Islam dimanapun mereka tinggal. Dianggap sebagai tanggung jawab setiap Muslim untuk mengikuti norma-norma dan nilai-nilai yang diberikan oleh Al-Qur'an dan sunnah sebaik mungkin dalam kehidupan sehari-hari mereka, meskipun sulit untuk mengasimilasi norma-norma Islam ke lingkungan mayoritas non-Muslim (Katuk dkk., 2021b). Dengan demikian, sertifikasi halal dipandang penting, terutama terkait pariwisata halal karena dipandang sebagai mekanisme yang diandalkan oleh para pelancong Muslim terutama ketika mengunjungi tempat-tempat baru yang asing selama tur mereka. Tentang tanggung jawab menghasilkan sertifikasi halal, badan atau lembaga individu adalah yang akan mengambil alih. Banyak lembaga yang melakukan proses sertifikasi halal seperti Jabatan Kemajuan Islam Malaysia (JAKIM), Majelis Ulama Indonesia (MUI)- Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal dan Dewan Agama Brunei (Othman dkk., 2016).

Sertifikasi produk kuliner halal baik dalam bentuk lisensi, logo, sertifikat atau stempel, adalah bentuk identifikasi untuk menginformasikan kepada pengguna bahwa suatu produk pangan bersumber, diproduksi, dan didistribusikan sesuai dengan standar Islam yang ketat (Prabowo, Abd Rahman, Ab Rahman, & Samah, 2015a; Rafiki & Abdul Wahab, 2016). Istilah sertifikasi produk kuliner halal mengacu pada Jaiyeoba (2019) dan Muhammad (2020) sebagai sebuah dokumen yang dikeluarkan oleh organisasi Islam yang menyatakan bahwa produk yang tercantum di dalamnya memenuhi pedoman diet Islami, sebagaimana didefinisikan oleh lembaga sertifikasi [khusus] (Jaiyeoba et al., 2019; Muhammad et al., 2020).

Keterkaitan antara sertifikat produk kuliner halal dan keamanan dan kualitas pangan diharapkan karena produsen makanan harus menjalani serangkaian orientasi, inspeksi, dan tindakan korektif yang ketat dan menyeluruh sebelum sertifikasi diberikan (Dubé, HaiJuan, & Lijun, 2016). Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa sertifikat produk kuliner halal adalah jenis sertifikasi keamanan pangan, konsisten dengan standar yang ditetapkan (Arif, Abu Bakar, & Sidek, 2019; Tayob, 2020).

Melihat lebih jauh ke dalam perspektif ini, tuntutan persyaratan halal telah membawa pengaruh pada proses sertifikasi halal di kalangan pelaku usaha. Halal adalah istilah umum yang sekarang dihasilkan oleh meningkatnya permintaan komunitas Muslim dan non-Muslim di seluruh dunia akan makanan yang bersih, sehat dan aman. Selain syariah, sertifikasi halal juga berfokus pada proses produksi makanan yang mencakup higienis, kualitas, dan keamanan untuk dikonsumsi umat Islam (Ab Talib, 2017). Konsumen Muslim juga mengandalkan label produk selain logo halal untuk informasi yang diperlukan dalam membuat keputusan pembelian (Hasnah Hassan & Hamdan, 2013). Konsumen harus dapat menemukan informasi tentang asal produk seperti bahan yang digunakan dan metode pengolahan yang terlibat karena ini berkontribusi pada persyaratan halal. Ketiadaan informasi tersebut pada label produk akan mengakibatkan kurangnya kepercayaan konsumen untuk membeli produk tersebut (Badrudin et al., 2012).

Terdapat sejumlah besar penelitian yang dipublikasikan menghubungkan sertifikasi keamanan pangan dengan peningkatan kinerja bisnis (Hayat, den Butter, & Kock, 2013; Prabowo, Abd Rahman, Ab Rahman, & Samah, 2015b; Zulfakar, Chan, Jie, & Sundram, 2019). Misalnya, Razzaq dkk (2016) menjelaskan bahwa perusahaan makanan di Selandia Baru mengalami peningkatan kinerja pasar dan hubungan yang lebih baik dengan pelanggan (Razzaq, Hall, & Prayag, 2016). Sedangkan Pradana dkk (2022) mengungkapkan bahwa perusahaan bersertifikasi ISO 22000 di Spanyol mengalami manfaat internal dan eksternal (Pradana, Wardhana, Rubiyanti, Syahputra, & Utami, 2022).

Kajian-kajian terdahulu yang diulas sejauh ini memberikan bukti bahwa sertifikasi pangan secara umum mampu meningkatkan kinerja usaha (Achilleas & Anastasios, 2008; Agus et al., 2020; Liu, Rhim, Park, Xu, & Lo, 2021). Namun, penelitian sebelumnya tentang sertifikasi produk kuliner halal secara sporadis dan terputus-putus menentukan manfaat penerapan sertifikasi produk kuliner. Peneliti belum secara komprehensif menghubungkan sertifikasi produk kuliner dan kinerja bisnis.

Beberapa penelitian terdahulu memiliki pemahaman dan keyakinan bahwa, pada prinsipnya, sertifikasi produk kuliner berpotensi mempengaruhi kinerja bisnis. Namun, penelitian yang membenarkan kaitan tersebut masih belum teruji sementara bukti empiris masih kurang. Namun demikian, hal itu memberikan kesempatan bagi penelitian ini untuk mempelajari secara komprehensif hubungan tersebut dan memperkuat gagasan tersebut.

Salah satu teori yang mapan untuk menilai kinerja bisnis adalah teori resource-based view (RBV) (Cruz & Haugan, 2019; Davis & DeWitt, 2021). Dalam pekerjaan menghubungkan sumber daya industri mikro dan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan, Kozlenkova dkk (2014) menjelaskan bahwa segala bentuk sumber daya yang tersedia bagi industri mikro kuliner, jika digunakan secara efektif dan efisien, dapat menghasilkan hasil bisnis yang menguntungkan (Kozlenkova, Samaha, & Palmatier, 2014). Fondasi teori RBV didasarkan pada asumsi bahwa atribut berwujud atau tidak berwujud industri kuliner mikro, jika dijalankan dengan benar, mungkin dapat menciptakan kepemilikan yang tak ada bandingannya, langka, tidak dapat diganti, dan berharga (Kraus et al., 2022). Kemampuan untuk memiliki sumber daya seperti itu pada akhirnya dapat menguntungkan industri skala mikro atau makro dengan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan (Yang, Xun, & He, 2015).

Sesuai konsep RBV, beberapa riset terdahulu berpendapat bahwa sertifikasi pada dasarnya adalah jenis sumber daya, digunakan oleh industri mikro kuliner sebagai alat untuk mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan (Zulu-Chisanga, Chabala, & Mandawa-Bray, 2021). Industri mikro kuliner secara agresif memproduksi dan menjual produk yang homogen, sambil bersaing di pasar yang sangat kompetitif, sangat fluktuatif, dan jenuh (Hafeez et al., 2022). Dengan demikian, industri mikro kuliner mencari cara untuk menonjol dari persaingan dan berusaha menjadi pemimpin pasar dengan menawarkan produk unik kepada konsumen (Kraus et al., 2022). Oleh karena itu, industri mikro kuliner menekankan pada pengamanan sertifikasi halal, yang memberi sinyal dan memungkinkan mereka menawarkan produk yang lebih baik kepada konsumen.

Bukti sebelumnya bahwa sertifikasi halal meningkatkan kinerja bisnis (Pradana, Wardhana, Rubiyanti, Syahputra, & Utami, 2022) menjelaskan bahwa “selain penerapan sertifikasi halal sebagai alat untuk mendapatkan legitimasi bisnis, praktisi industri menggunakan sertifikasi halal sebagai mekanisme untuk meningkatkan kinerja organisasi”.

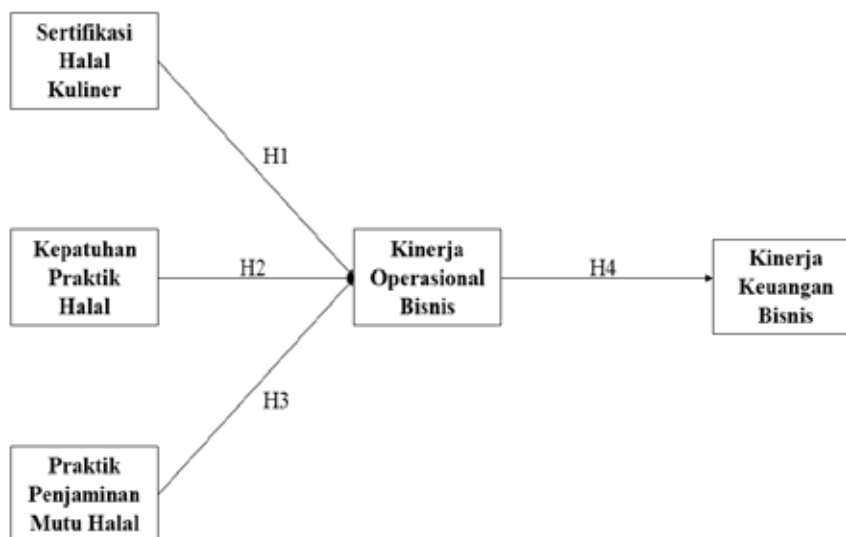
Namun secara logis, penerapan sertifikasi halal itu sendiri tidak serta merta berdiri sendiri mempengaruhi kinerja bisnis. Md Nawawi (2022) dan Supian (2019) menemukan pentingnya komitmen dari pemilik untuk menjalankan prosedur operasional halal secara konsisten (Md Nawawi, Megat Ahmad, Ibrahim, & Mohd Suki, 2022; Supian, Abdullah, & Ab Rashid, 2019). Sedangkan Lau dkk (2016) menyatakan sistem penjaminan mutu produk halal menjadi salah satu pendorong keberhasilan bisnis (Lau, Jamaludin, & Mei Soon, 2016).

Sebuah kinerja bisnis umumnya diamati sebagai integrasi antara dua ukuran kinerja penting, khususnya kinerja operasional dan keuangan. Dalam konteks penelitian sertifikasi, para peneliti sepakat bahwa sertifikasi dapat memengaruhi kinerja operasional dan keuangan (Mulhaney, Sheehan, & Hughes, 2004; Sun & Cheng, 2002).

Berdasarkan fenomena, urgensi riset sertifikasi halal produk kuliner dengan kinerja bisnis serta hasil kajian literatur mendorong peneliti melaksanakan studi eksplorasi peran sertifikasi halal, kepatuhan praktik halal dan sistem penjaminan mutu terhadap kinerja bisnis. Studi ini bertujuan untuk mengeksplorasi hubungan antara sertifikasi halal produk kuliner nusantara dan kinerja bisnis. Studi ini bertujuan untuk mendapatkan data yang akan membantu mengatasi kesenjangan penelitian sertifikasi halal produk kuliner nusantara. Memahami hubungan antara implementasi sertifikasi halal produk kuliner nusantara dan kinerja bisnis akan menguntungkan industri mikro kuliner dalam hal peningkatan pengetahuan, mendorong industri mikro kuliner bersertifikat untuk tetap melakukan verifikasi, dan berpotensi menarik industri kuliner skala mikro non-sertifikasi untuk menerapkan sertifikasi halal.

## METODE

Berdasarkan studi pendahuluan, urgensi riset dan pengembangan hipotesis membentuk model penelitian dengan empat hipotesis pada gambar 1 berikut ini.



**Gambar 1.** Model Penelitian

Empat Hipotesis yang ditetapkan yakni :

- H1: Sertifikasi halal kuliner memiliki pengaruh signifikan positif terhadap kinerja operasional bisnis
- H2: Kepatuhan praktik halal memiliki pengaruh signifikan positif terhadap kinerja operasional bisnis
- H3: Praktik penjaminan mutu halal memiliki pengaruh signifikan positif terhadap kinerja operasional bisnis
- H4: Kinerja operasional bisnis memiliki pengaruh signifikan positif terhadap kinerja keuangan bisnis



Penelitian ini menggunakan survei berbasis kuesioner terstruktur untuk mengumpulkan data, dan hal yang sama telah digunakan untuk menganalisis secara empiris hipotesis yang telah dikembangkan. Dalam penelitian ini, skala Likert lima poin digunakan, karena skala ini ditampilkan sebagai rangkaian kategori respons yang berurutan. Kuesioner akhir dengan 31 item disiapkan dan dilayangkan untuk survei. Tabel 1 menjelaskan lebih rinci indikator pernyataan.

**Tabel 1.** Indikator Variabel

Variabel	Indikator	Referensi
Sertifikasi Halal Kuliner	Saya mengetahui prosedur sertifikasi halal secara lengkap	(Pradana et al., 2022; Septiani & Ridlwan, 2020)
	Penerapan standar sertifikasi halal tidak memakan biaya yang mahal	
	Penerapan standar sertifikasi halal tidak membutuhkan proses yang rumit	
	Proses persetujuan sertifikasi halal kurang dari 30 hari	
	Pihak BPJPH selalu melaksanakan kontrol kualitas rutin pasca sertifikasi	
	Logo halal dimunculkan dalam packaging produk dan media promosi	
	Saya menunjukkan sertifikasi halal kepada pelanggan ketika ingin membuktikan kehalalan produk	
	Sertifikat halal memastikan penanganan produk lebih baik	
Kepatuhan Praktik Halal	Sertifikat produk kuliner halal merupakan prasyarat memasuki pasar halal global	Md Nawi, Megat Ahmad, Ibrahim, & Mohd Suki, 2022; Supian, Abdullah, & Ab Rashid, 2019)
	Saya selalu menggunakan bahan pembuatan produk yang terjamin halal, jika diperlukan sudah memiliki sertifikasi halal	
	Saya terus membuat produk dengan higienis dan menghindari kontaminasi bahan haram atau syubhat	
	Saya selalu menghindari penggunaan bahan yang tidak memiliki kejelasan halal	
	Saya berupaya memperbaharui daftar bahan kuliner halal-haram yang digunakan dalam bisnis kuliner	
Saya atau staf saya memahami pentingnya patuh terhadap praktik halal		

Praktik Penjaminan Mutu Halal	Bisnis saya memiliki titik kontrol pada sumber kemungkinan pencemaran lingkungan dan potensial produk menjadi haram dikonsumsi	(Lau, Jamaludin, & Mei Soon, 2016)
	Bisnis saya memiliki bagan alir pengembangan produk yang termasuk penentuan kandungan dan status kehalalan produk	
	Bisnis saya memiliki bagan alir proses pemesanan dan pembelian bahan dan untuk memastikan bahan-bahan tersebut halal dan memenuhi persyaratan operasional	
	Bisnis saya memiliki prosedur pengendalian (kontrol keamanan produk, kalibrasi alat ukur, pengendalian kontaminasi silang, pakaian pekerja, K3) untuk memastikan kehalalan proses	
	Bisnis saya siap untuk penarikan produk apa pun yang tidak memenuhi persyaratan keamanan atau halal pangan. Produk yang ditarik wajib; dimusnahkan, diproses ulang, atau dibuat modifikasi tergantung pada ketidakpatuhan yang terjadi.	
	Bisnis saya selalu melaporkan perkembangan bisnis didalam aktivitas supervisi oleh BPJPH atau pihak kontrol halal	
	Bisnis saya selalu melaksanakan perbaikan operasional untuk tetap menjaga standar halal	
Kinerja Operasional Bisnis	Bisnis saya memiliki sistem manajemen dokumen dan pencatatan operasional yang baik	(Mulhaney, Sheehan, & Hughes, 2004; Sun & Cheng, 2002)
	Kepercayaan konsumen terhadap produk bisnis saya meningkat dikarenakan sertifikasi halal	
	Penjualan produk meningkat berkat sertifikasi halal	
	Sertifikasi halal memperluas pangsa pasar dan peluang produk menembus pasar global	
	Sertifikasi halal membuat kualitas produk bisnis saya meningkat	
Sertifikasi halal meningkatkan citra positif dan reputasi bisnis		
Kinerja Keuangan Bisnis	Grafik keuntungan bisnis meningkat berkat sertifikasi halal	(Mulhaney, Sheehan, & Hughes, 2004; Sun & Cheng, 2002)
	Cash Flow bisnis kami terjaga dengan baik berkat sertifikasi halal	
	Sertifikasi halal membuat efisiensi dan efektivitas biaya operasional bisnis	
	Bisnis kami memiliki potensi rugi yang minim berkat sertifikasi halal	

Teknik pengambilan sampel dengan *convenience sampling* dengan kriteria merupakan pemilik UMKM Kuliner yang telah memiliki sertifikasi halal. Proses pengambilan data dilakukan secara online dengan media Google Form dengan durasi 4 bulan yakni November 2022 – Februari 2023. Studi ini memilih teknik analisis SEM PLS (*Structural Equation Modelling-Partial Least Square*) sebagai sebuah teknik multivariat yang menggabungkan model pengukuran dan model struktural (Becker, Cheah, Gholamzade, Ringle, & Sarstedt, 2023a). Proses analisis menggunakan aplikasi SmartPLS Versi 3.

Pada tahap pertama, SEM PLS menyediakan model pengukuran, yang menetapkan hubungan antara variabel terukur dan variabel laten yang sesuai (Russo & Stol, 2021). Setelah konstruksi divalidasi, model struktural dikembangkan. Dalam model struktural, konstruk berhubungan satu sama lain dalam hubungan korelasional dan ketergantungan (Memon et al., 2021).

## PEMBAHASAN

### Karakteristik Responden

Studi ini berhasil mendapat 183 Responden dengan dominasi 75% merupakan wanita. Usia responden kebanyakan masih berkisar 20-40 tahun sebagai usia produktif. Pada sisi asal demografi bisnis mayoritas berada di pulau Jawa disusul pulau Sumatera. Mayoritas responden dalam studi ini telah lulus SMA dan Program Sarjana-Diploma.

Studi ini juga menanyakan dua pertanyaan profil bisnis, hasilnya ditemukan laba bisnis responden diatas Rp. 3.000.000. Selain itu usia bisnis mayoritas 1-2 Tahun. Tabel 2 memperjelas lebih rinci karakteristik responden.

**Tabel 2.** Karakteristik Responden

	Total	Percentage
<i>Gender</i>		
Pria	46	25%
Wanita	137	75%
<i>Umur</i>		
20-30 Tahun	52	29%
31-40 Tahun	41	22%
41-50 Tahun	38	21%
51-60 Tahun	33	18%
>60 Tahun	19	10%
<i>Lokasi Demografi</i>		
Jawa	94	51%
Kalimantan	15	8%
Sumatera	36	20%
Bali-Nusa Tenggara	20	11%
Sulawesi	10	6%
Maluku-Papua	8	4%
<i>Pendidikan Terakhir</i>		
Sekolah Dasar	12	6%
Sekolah Menengah Pertama	14	8%
Sekolah Menengah Atas	49	27%
Sarjana/Diploma	73	40%
Magister/Doktor	35	19%

<b>Laba Bisnis</b>		
< Rp. 1.000.000	13	7%
Rp. 1.000.000 – Rp. 3.000.000	29	16%
Rp. 4.000.000 – Rp. 6.000.000	61	33%
Rp. 7.000.000 – Rp. 10.000.000	47	26%
>Rp. 10.000.000	33	18%
<b>Usia Bisnis</b>		
2-6 Bulan	18	10%
7-12 Bulan	42	23%
1-2 Tahun	58	32%
3-4 Tahun	31	17%
≥ 5 Tahun	34	18%

### Pengujian Outer Model (Validitas-Reliabilitas)

PLS-SEM dianalisis melalui teknik analisis dua tahap, yaitu model pengukuran dan model struktural (Davari & Rezazadeh, 2013). Model pengukuran dievaluasi melalui sifat psikometrik dari ukuran konstruk, ini melalui analisis reliabilitas dan validitas konvergen (Tenenhaus, Mauger, & Guinot, 2010).

Pertama analisis validitas konvergen dengan langkah-langkah konstruk dinilai melalui nilai *loading factors* dan *average variant extracted*. Sesuai ketentuan bahwa nilai *loadings factors* harus sama atau diatas 0.7, sedangkan untuk nilai AVE harus sama atau diatas 0.6 (Davari & Rezazadeh, 2013; Richter, Schubring, Hauff, Ringle, & Sarstedt, 2020). Hasil pengujian pada tabel 3 menunjukkan hasil seluruh *loading factors* setiap indikator berada diatas 0.7. Selain itu ditemukan juga hasil AVE setiap variabel sudah melewati angka minimal.

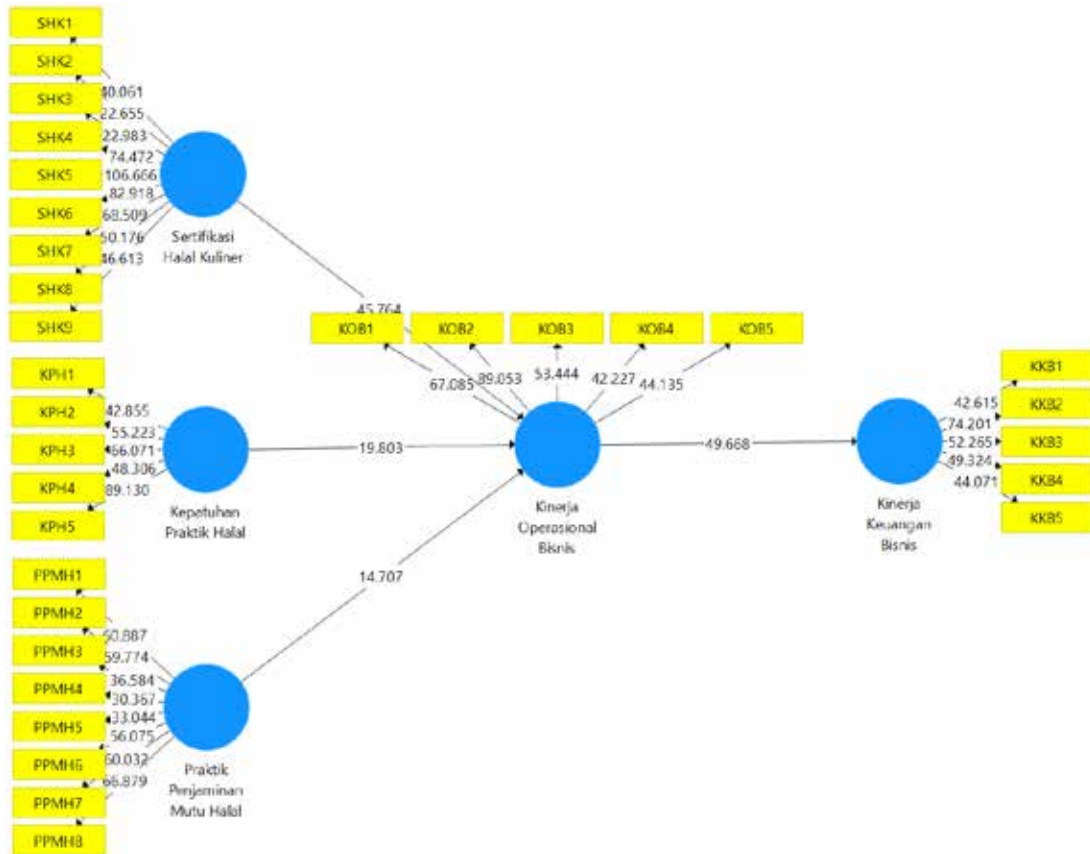
Pada pengujian reliabilitas dilihat dari nilai *cronbach alpha* dan *composite reliability*. Kedua komponen penilaian reliabilitas memiliki aturan nilai minimum 0.7 (Ashill, 2011). Pada tabel 3 menunjukkan hasil seluruh nilai *cronbach alpha* dan *composite reliability* pada variabel studi ini telah memenuhi kriteria. Sehingga dapat disimpulkan validitas dan reliabilitas penelitian terpenuhi dan dapat melanjutkan proses berikutnya.

**Tabel 3.** Hasil Analisis Outer Model

Variabel	Indikator	Loading Factors	Average Variant Extracted	Cronbach Alpha	Composite Reliability
Sertifikasi Halal Kuliner	SHK1	0.754	0.679	0.859	0.890
	SHK2	0.787			
	SHK3	0.795			
	SHK4	0.761			
	SHK5	0.739			
	SHK6	0.756			
	SHK7	0.705			
	SHK8	0.709			
	SHK9	0.778			
Kepatuhan Praktik Halal	KPH1	0.749	0.730	0.777	0.849
	KPH2	0.730			
	KPH3	0.772			
	KPH4	0.703			
	KPH5	0.778			
Praktik Penjaminan Mutu Halal	PPMH1	0.710	0.751	0.825	0.867
	PPMH2	0.723			
	PPMH3	0.797			
	PPMH4	0.758			
	PPMH5	0.703			
	PPMH6	0.708			
	PPMH7	0.713			
	PPMH8	0.732			
Kinerja Operasional Bisnis	KOB1	0.736	0.616	0.764	0.841
	KOB2	0.798			
	KOB3	0.700			
	KOB4	0.753			
	KOB5	0.796			
Kinerja Keuangan Bisnis	KKB1	0.785	0.600	0.750	0.833
	KKB2	0.777			
	KKB3	0.794			
	KKB4	0.780			
	KKB5	0.794			

### Pengujian Inner Model Structural

Kami menggunakan program SmartPLS 3 untuk analisis data dengan memilih skema pembobotan (jalur); jumlah maksimal iterasi pada algoritma PLS adalah 300 (Ali, Rasoolimanesh, Sarstedt, Ringle, & Ryu, 2018). Pada tahap bootstrap, kami memilih bootstrap bias-corrected and acceleration (BCa) dengan jumlah sampel 5000 dan signifikansi 5% (one-tailed) (Magno, Cassia, & Ringle, 2022). Proses analisis inner model structural dengan aplikasi SmartPLS Versi 3 melalui prosedur Bootstrapping (Davari & Rezazadeh, 2013). Gambar 2 adalah hasil pemodelan SEM PLS yang telah dianalisis melalui prosedur Bootstrapping.



Gambar 2. Output Pemodelan Bootstrapping

Terdapat dua asesmen yang harus dianalisis yakni koefisien determinasi dan path coefficient (Schubring, Lorscheid, Meyer, & Ringle, 2016). Koefisien determinasi merupakan pengujian explanatory power model untuk mengetahui seberapa kuat kemampuan prediksi untuk variabel dependen (Kock, 2018). Penentuan kekuatan nilai koefisien determinasi atau istilah lainnya yakni R-Square yakni dikategorikan kuat jika lebih dari 0,67, moderat jika lebih dari 0,33 tetapi lebih rendah dari 0,67, dan lemah jika lebih dari 0,19 tetapi lebih rendah dari 0,33 (Sarstedt, Ringle, & Hair, 2017). Pada tabel 4 ditemukan untuk R-Square variabel dependen kinerja operasional bisnis dipengaruhi kuat oleh variabel independennya dengan nilai 0.906 atau 90,6%. Selanjutnya untuk variabel dependen kinerja keuangan bisnis dipengaruhi kuat oleh variabel intervening kinerja operasional bisnis atas dorongan variabel independen yakni 0.881 atau 81,1%.

Puncak analisis dilihat dari hasil Path Coefficient dalam prosedur Bootstrapping. Hipotesis jalur diterima jika nilai T-Test > 1,96 atau taraf signifikan < 0,05 dengan arah jalur path coefficientnya bernilai positif (Becker, Cheah, Gholamzade, Ringle, & Sarstedt, 2023b).

Pada tabel 4 ditemukan keseluruhan nilai T-Test dan P-Value telah memenuhi persyaratan signifikansi sehingga seluruh hipotesis studi diterima.

Perlu diketahui bahwa hipotesis keempat menjadi hipotesis dengan pengaruh terbesar berdasarkan nilai T-Test.

**Tabel 4.** Hasil Analisis Inner Model Structural

Hipotesis	Path Coefficient	T-Test	P-Value	Keputusan	R-Square
H1: Sertifikasi Halal Kuliner → Kinerja Operasional Bisnis	1.146	45,764	0.000	Diterima	0.906
H2: Kepatuhan Praktik Halal → Kinerja Operasional Bisnis	0.385	19,803	0.000	Diterima	
H3: Praktik Penjaminan Mutu Halal → Kinerja Operasional Bisnis	0.530	14,707	0.000	Diterima	
H4: Kinerja Operasional Bisnis → Kinerja Keuangan Bisnis	0.694	49,668	0.000	Diterima	0.881

Studi ini telah mencapai tujuannya untuk mengeksplorasi hubungan antara sertifikasi halal produk kuliner dan kinerja bisnis. Pada hipotesis pertama studi ini berupaya membangun hubungan antara sertifikasi halal dan kinerja operasional. Berdasarkan hasil penelitian ini terbukti bahwa sertifikasi halal memiliki hubungan yang positif dan signifikan dengan kinerja operasional. Mengingat bahwa hubungan antara sertifikasi halal dan kinerja operasional disebutkan secara sporadis dan kurangnya bukti empiris, temuan dari penelitian ini menawarkan wawasan baru bahwa sertifikasi halal memiliki aspek dan hubungan yang mirip dengan kinerja operasional.

Hal ini menunjukkan pentingnya sertifikasi halal dalam mendorong peningkatan kinerja operasional khususnya kepercayaan dan citra reputasi bisnis kuliner UMKM. Secara makro UMKM yang telah ikut mendorong potensi ekonomi nasional dalam industri halal. Secara tidak langsung pula peningkatan kinerja operasional bisnis pasca sertifikasi halal adalah keberhasilan utama BPJPH RI untuk meningkatkan ekosistem halal Indonesia bahkan tidak mungkin ini menjadi contoh bagi dunia internasional peran tidak langsung lembaga sertifikasi halal bagi perekonomian skala mikro.

Berikutnya studi ini juga membuktikan pengaruh kepatuhan praktik halal terhadap kinerja operasional bisnis. Prinsip produksi, penyimpanan dan penjualan produk kuliner yang mengikuti prinsip halal sesuai aturan agama yang diteguhkan kembali oleh lembaga sertifikasi halal Indonesia. Pemilik UMKM Kuliner beserta karyawan harus menjalankan produksi bisnis sesuai standar kehalalan untuk meningkatkan kepercayaan konsumen. Bukti produksi yang didokumentasikan juga bisa menjadi salah satu promosi UMKM.

Selanjutnya studi ini menerima hipotesis ketiga yang mengartikan praktik penjaminan mutu halal mempengaruhi kinerja operasional bisnis. Praktik penjaminan mutu halal berperan memastikan kontrol mutu kehalalan produk

termasuk kebersihan bahan dan proses produksi serta perlindungan hak konsumen. Penjaminan mutu halal produk kuliner yang baik akan meningkatkan daya tarik pasar, reputasi bisnis serta kepercayaan konsumen.

Terakhir studi ini membangun hubungan positif antara kinerja operasional dan keuangan. Bukti empiris dari penelitian ini mengungkapkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kinerja operasional dan keuangan. Makalah ini berpendapat bahwa selain kinerja operasional peningkatan integritas makanan halal, kualitas dan keamanan produk yang unggul, dan pangsa pasar yang lebih besar, sertifikasi halal produk kuliner dapat memainkan peran sentral dalam meningkatkan kinerja keuangan. Misalnya, dapat dikatakan bahwa, karena pencapaian pangsa pasar (kinerja operasional) yang lebih besar, hal ini dapat menyebabkan potensi kinerja keuangan yang mencakup pertumbuhan penjualan atau laba bersih yang lebih besar.

## **SIMPULAN**

Studi ini menyimpulkan bahwa program sertifikasi halal kuliner, kepatuhan praktik halal dan penjaminan mutu halal mempengaruhi kinerja operasional bisnis. Pada akhirnya kinerja operasional bisnis meningkatkan kinerja keuangan bisnis secara positif.

Dalam hal kontribusi teoritis, penelitian ini memberikan kerangka kerja untuk hubungan antara sertifikasi halal kuliner dan kinerja bisnis. Kajian ini selanjutnya mengesahkan kesesuaian dan relevansi konsep RBV dalam penelitian sertifikasi pangan. Studi ini diharapkan meningkatkan pemahaman tentang fungsi integral sertifikasi halal kuliner menuju bisnis berkelanjutan. Studi ini menjadi perhatian Kementerian Agama RI khususnya BPJPH RI dalam memperkuat sinergitas untuk memastikan ketercapaian 100% UMKM kuliner di Indonesia bersertifikasi halal.

## **SARAN/REKOMENDASI**

Terdapat tiga bagian rekomendasi yang dibentuk penelitian ini yakni UMKM Kuliner, pihak sertifikasi (BPJPH) dan akademisi. Bagi UMKM Kuliner diharapkan dapat memahami peluang inovasi sembari memastikan seluruh kegiatan produksi sesuai standar halal. Keterlibatan teknologi dalam produksi dan pemasaran dapat menjadi solusi memperkuat UMKM Kuliner halal dengan branding sertifikasi halal. Saat ini BPJPH memiliki pendamping sertifikasi halal yang sudah ditempatkan pada masing-masing wilayah dan penyuluh agama yang siap membantu UMKM Kuliner mendapatkan sertifikasi halal. UMKM Kuliner harus terbuka dengan berbagai arahan dari konsumen ataupun pendamping halal untuk meningkatkan kualitas produk halal. Selain itu riset



preferensi konsumen halal dapat dilakukan untuk pengembangan produk tepat sasaran. Terakhir yakni memastikan SDM didalam bisnis termasuk pemilik sendiri mehamai proses produksi halal.

Bagian rekomendasi kedua ditujukan bagi Kementerian Agama RI khususnya BPJPH untuk memperkuat sistem sertifikasi halal melalui integrasi teknologi seperti *blockchain* atau kecerdasan buatan untuk keabsahan sertifikat halal. Selain itu dengan keberadaan penyuluh agama dan pendamping sertifikasi halal sebaiknya dibuatkan teknologi koordinasi penyuluh agama dan pendamping sertifikasi halal untuk edukasi, monitoring dan evaluasi. Selanjutnya edukasi yang berkelanjutan dan menyasar kelompok potensial seperti millennial-Gen-Z. Terakhir, sebaiknya BPJPH harus bekerjasama dengan lembaga sertifikasi halal seluruh dunia menetapkan standar halal terpadu bahkan mungkin mendirikan organisasi sertifikasi halal internasional untuk perusahaan multinasional atau UMKM yang ingin menaikkan kelas bisnisnya.

Rekomendasi bagian terakhir disampaikan bagi akademisi untuk mengembangkan teknologi pengelolaan sertifikasi halal. Selain itu dimungkinkan bagi akademisi dari fakultas keislaman untuk meninjau secara berkelanjutan standar sertifikasi halal sesuai dinamika perdagangan dan teknologi. Sebuah riset komparatif diantara standar sertifikasi halal di Indonesia dan di negara lain untuk mengidentifikasi kelebihan dan kekurangan masing-masing standar dan mencari peluang untuk meningkatkan standar di Indonesia.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Terima Kasih diucapkan kepada Universitas Bina Nusantara khususnya Program Studi PJJ Manajemen menjadi wadah bagi peneliti untuk terus mengembangkan keilmuan. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Kementerian Agama RI khususnya pengelola jurnal Harmoni yang telah memfasilitasi peneliti untuk menyalurkan naluri ilmiah melalui publikasi riset rekomendatif.

**DAFTAR ACUAN**

- Ab Talib, M. S. (2017). Motivations and benefits of *halal* food safety certification. *Journal of Islamic Marketing*, 8(4), 605–624. doi: 10.1108/JIMA-08-2015-0063
- Achilleas, K., & Anastasios, S. (2008). Marketing aspects of quality assurance systems: The organic food sector case. *British Food Journal*.
- Agus, P., Ratna Setyowati, P., Arman, H., Masduki, A., Innocentius, B., Priyono Budi, S., & Otta Breman, S. (2020). The effect of implementation integrated management system ISO 9001, ISO 14001, ISO 22000 and ISO 45001 on Indonesian food industries performance. *Test Engineering and Management*, 82(20), 14054–14069.
- Akram, H. W. (2022). Global Halal business: a sectoral analysis. *International Journal of Business and Globalisation*, 30(1), 111. doi: 10.1504/IJBG.2022.122291
- Ali, F., Rasoolimanesh, S. M., Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Ryu, K. (2018). An assessment of the use of partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) in hospitality research. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 30(1), 514–538. doi: 10.1108/IJCHM-10-2016-0568
- Annabi, C. A., & Ibidapo-Obe, O. O. (2017). Halal certification organizations in the United Kingdom. *Journal of Islamic Marketing*, 8(1), 107–126. doi: 10.1108/JIMA-06-2015-0045
- ashibhutfarhanz, S., Abu Bakar, N., & Sidek, S. (2019). Impediment factors to successful usage of online halal certification. *Humanities & Social Sciences Reviews*, 7(2), 135–145. doi: 10.18510/hssr.2019.7214
- Artadita, S., & Lestari, Y. D. (2019). Halal slaughterhouse certification: The comparison between two halal certification bodies. *Binus Business Review*, 10(3), 211–227. doi: 10.21512/bbr.v10i3.5968
- Ashill, N. J. (2011). An introduction to structural equation modeling (SEM) and the partial least squares (PLS) methodology. In *Student satisfaction and learning outcomes in e-learning: An introduction to empirical research* (pp. 110–129). IGI Global.
- Aziz, Y. A., & Chok, N. V. (2013). The Role of halal awareness, halal certification, and marketing components in determining halal purchase intention among non-Muslims in Malaysia: A Structural equation modeling approach. *Journal of International Food & Agribusiness Marketing*, 25(1), 1–23. doi: 10.1080/08974438.2013.723997
- Azwar, A., Usman, A. H., & Abdullah, M. F. R. (2022). The opportunities and challenges of the halal food industry in Indonesia: some notes from Quranic and economic perspectives. *Al-Irsyad: Journal of Islamic and Contemporary Issues*, 7(1), 807–818.

- Badrudin, B., Mohamed, Z., Sharifuddin, J., Rezai, G., Mahir Abdullah, A., Abd Latif, I., & Ghazali Mohayidin, Mohd. (2012). Clients' perception towards JAKIM service quality in *Halal* certification. *Journal of Islamic Marketing*, 3(1), 59–71. doi: 10.1108/17590831211206590
- Becker, J.-M., Cheah, J.-H., Gholamzade, R., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2023a). PLS-SEM's most wanted guidance. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 35(1), 321–346. doi: 10.1108/IJCHM-04-2022-0474
- Becker, J.-M., Cheah, J.-H., Gholamzade, R., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2023b). PLS-SEM's most wanted guidance. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 35(1), 321–346. doi: 10.1108/IJCHM-04-2022-0474
- Bhutto, M. Y., Ertz, M., Soomro, Y. A., Khan, M. A. A., & Ali, W. (2022). Adoption of halal cosmetics: extending the theory of planned behavior with moderating role of halal literacy (evidence from Pakistan). *Journal of Islamic Marketing*. doi: 10.1108/JIMA-09-2021-0295
- Charity, M. L. (2017). Jaminan produk halal di Indonesia (halal products guarantee in Indonesia). *Jurnal Legislasi Indonesia*, 14(01), 99–108.
- Cruz, A. M., & Haugan, G. L. (2019). Determinants of maintenance performance: A resource-based view and agency theory approach. *Journal of Engineering and Technology Management*, 51, 33–47. doi: 10.1016/j.jengtecman.2019.03.001
- Davari, A., & Rezazadeh, A. (2013). Structural equation modeling with PLS. *Tehran: Jahad University*, 215(2), 224.
- Davis, G. F., & DeWitt, T. (2021). Organization theory and the resource-based view of the firm: The great divide. *Journal of Management*, 47(7), 1684–1697. doi: 10.1177/0149206320982650
- Dubé, F. N., HaiJuan, Y., & Lijun, H. (2016). Halal certification system as a key determinant of firm internationalisation in the Philippines and Malaysia. *Asian Academy of Management Journal*, 21(1).
- Farhan, F., & Andriansyah, Y. (2016). Factors affecting Muslim students awareness of halal products in Yogyakarta, Indonesia. *International Review of Management and Marketing*, 6(4), 27–31.
- Fauziah, F. (2012). Perilaku komunitas Muslim dalam mengonsumsi produk halal di provinsi Bali. *Harmoni: Journal Multicultural and Multireligious*, 11(2), 142–155.
- Hafeez, M. H., Umrani, W. A., Shariff, M. N. M., Ahmed, U., Haroon, U., & Ramayah, T. (2022). Mediating the impact of innovation on the relationship between branding, organisational learning capability and SMEs performance. *International Journal of Trade and Global Markets*, 16(1/2/3), 122. doi: 10.1504/IJTGM.2022.128117

- Hakim, B. A. H., Mujahidah, A. S., & Rusydiana, A. S. (2022). Sentiment analysis on halal certification. *Harmoni* 21(1), 78–93. doi: 10.32488/harmoni.v21i1.609
- Hasnah Hassan, S., & Hamdan, H. (2013). Experience of non-Muslim consumers on halal as third party certification mark in Malaysia. *Asian Social Science*, 9(15). doi: 10.5539/ass.v9n15p263
- Hayat, R., den Butter, F., & Kock, U. (2013). Halal certification for financial products: A transaction cost perspective. *Journal of Business Ethics*, 117(3), 601–613. doi: 10.1007/s10551-012-1534-9
- Jaiyeoba, H. B., Abdullah, M. A., & Dzuljastri, A. R. (2019). Halal certification mark, brand quality, and awareness. *Journal of Islamic Marketing*, 11(6), 1657–1670. doi: 10.1108/JIMA-07-2019-0155
- Karia, N. (2022). Halal logistics: practices, integration and performance of logistics service providers. *Journal of Islamic Marketing*, 13(1), 100–118. doi: 10.1108/JIMA-08-2018-0132
- Katuk, N., Ku-Mahamud, K. R., Kayat, K., Abdul Hamid, Mohd. N., Zakaria, N. H., & Purbasari, A. (2021a). Halal certification for tourism marketing: the attributes and attitudes of food operators in Indonesia. *Journal of Islamic Marketing*, 12(5), 1043–1062. doi: 10.1108/JIMA-03-2020-0068
- Katuk, N., Ku-Mahamud, K. R., Kayat, K., Abdul Hamid, Mohd. N., Zakaria, N. H., & Purbasari, A. (2021b). Halal certification for tourism marketing: the attributes and attitudes of food operators in Indonesia. *Journal of Islamic Marketing*, 12(5), 1043–1062. doi: 10.1108/JIMA-03-2020-0068
- Khan, A., Arafat, M. Y., & Azam, M. K. (2022). Role of halal literacy and religiosity in buying intention of halal branded food products in India. *Journal of Islamic Marketing*, 13(2), 287–308. doi: 10.1108/JIMA-08-2019-0175
- Khan, M., Najmi, A., Ahmed, W., & Aman, A. (2019). The role of consumer willingness to pay for halal certification in Pakistan. *Journal of Islamic Marketing*, 10(4), 1230–1244. doi: 10.1108/JIMA-09-2018-0155
- Kock, N. (2018). Should bootstrapping be used in PLS-SEM? toward stable p-value calculation methods. *Journal of Applied Structural Equation Modeling*, 2(1), 1–12. doi: 10.47263/JASEM.2(1)02
- Kozlenkova, I. V., Samaha, S. A., & Palmatier, R. W. (2014). Resource-based theory in marketing. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 42(1), 1–21. doi: 10.1007/s11747-013-0336-7
- Kraus, P., Stokes, P., Tarba, S. Y., Rodgers, P., Dekel-Dachs, O., Britzelmaier, B., & Moore, N. (2022). The ambidextrous interaction of RBV-KBV and regional social capital and their impact on SME management. *Journal of Business Research*, 142, 762–774. doi: 10.1016/j.jbusres.2021.12.047

- Kurniawati, D. A., & Savitri, H. (2019). Awareness level analysis of Indonesian consumers toward halal products. *Journal of Islamic Marketing*, 11(2), 522–546. doi: 10.1108/JIMA-10-2017-0104
- Latif, I. A., Mohamed, Z., Sharifuddin, J., Abdullah, A. M., & Ismail, M. M. (2014). A comparative analysis of global halal certification requirements. *Journal of Food Products Marketing*, 20(sup1), 85–101. doi: 10.1080/10454446.2014.921869
- Lau, A. N., Jamaludin, M. H., & Mei Soon, J. (2016). Quality assurance and halal control points for the food industry. *Nutrition & Food Science*, 46(4), 557–570. doi: 10.1108/NFS-03-2016-0026
- Lee, H.-Y., Hwang, H.-J., & Kim, D.-H. (2019). Issues of Halal Supply Chain Management: Suggestion for Korean Traders. *Journal of Korea Trade*, 23(8), 132–144. doi: 10.35611/jkt.2019.23.8.132
- Liu, F., Rhim, H., Park, K., Xu, J., & Lo, C. K. Y. (2021). HACCP certification in food industry: Trade-offs in product safety and firm performance. *International Journal of Production Economics*, 231, 107838. doi: 10.1016/j.ijpe.2020.107838
- Luthviati, R. D., & Jenvitchuwong, S. (2021). Implementation of halal product assurance in the pharmaceutical sector in Indonesia. *Journal of Human Rights, Culture and Legal System*, 1(3).
- Magno, F., Cassia, F., & Ringle, C. M. (2022). A brief review of partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) use in quality management studies. *The TQM Journal*. doi: 10.1108/TQM-06-2022-0197
- Md Nawi, N. H., Megat Ahmad, P. H., Ibrahim, H., & Mohd Suki, N. (2022). Firms' commitment to halal standard practices in the food sector: impact of knowledge and attitude. *Journal of Islamic Marketing*. doi: 10.1108/JIMA-10-2021-0333
- Memon, M. A., T., R., Cheah, J.-H., Ting, H., Chuah, F., & Cham, T. H. (2021). PLS-SEM statistical programs: a review. *Journal of Applied Structural Equation Modeling*, 5(1), i–xiv. doi: 10.47263/jasem.5(1)06
- Mubarok, F. K., & Imam, M. K. (2020). Halal industry in Indonesia; challenges and opportunities. *Journal of Digital Marketing and Halal Industry*, 2(1), 55–64.
- Muflih, M., & Juliana, J. (2021). Halal-labeled food shopping behavior: the role of spirituality, image, trust, and satisfaction. *Journal of Islamic Marketing*, 12(8), 1603–1618. doi: 10.1108/JIMA-10-2019-0200
- Muhammad, M. A., Elistina, A. B., & Ahmad, S. (2020). The challenges faced by halal certification authorities in managing the halal certification process in Malaysia. *Food Research*, 4(S1), 170–178. doi: 10.26656/fr.2017.4(S1).S17

- Mulhaney, A., Sheehan, J., & Hughes, J. (2004). Using ISO 9000 to drive continual improvement in a SME. *The TQM Magazine*, 16(5), 325–330. doi: 10.1108/09544780410551250
- Nazri, M., Rahman, A., & Md.Shaarani, S. (2012). Study on the effectiveness of halal certification in slaughtering house around kota Kinabalu , Sabah. *International Conference on Food Science and Nutrition*, (April), 895–918.
- Othman, B., Shaarani, S. M., & Bahron, A. (2016). The potential of ASEAN in halal certification implementation: a review. *Pertanika Journal of Social Sciences and Humanities*, 24(1), 1–24.
- Prabowo, S., Abd Rahman, A., Ab Rahman, S., & Samah, A. A. (2015a). Revealing factors hindering halal certification in East Kalimantan Indonesia. *Journal of Islamic Marketing*, 6(2), 268–291. doi: 10.1108/JIMA-05-2014-0040
- Prabowo, S., Abd Rahman, A., Ab Rahman, S., & Samah, A. A. (2015b). Revealing factors hindering halal certification in East Kalimantan Indonesia. *Journal of Islamic Marketing*, 6(2), 268–291. doi: 10.1108/JIMA-05-2014-0040
- Pradana, M., Wardhana, A., Rubiyanti, N., Syahputra, S., & Utami, D. G. (2022). Halal food purchase intention of Muslim students in Spain: testing the moderating effect of need-for-cognition. *Journal of Islamic Marketing*, 13(2), 434–445. doi: 10.1108/JIMA-05-2020-0122
- Rafiki, A., & Abdul Wahab, K. (2016). The human capital and the obtainment of halal certification. *Journal of Islamic Marketing*, 7(2), 134–147. doi: 10.1108/JIMA-03-2014-0020
- Ratanamaneichat, C., & Rakkarn, S. (2013). Quality assurance development of halal food products for export to Indonesia. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 88, 134–141. doi: 10.1016/j.sbspro.2013.08.488
- Razzaq, S., Hall, C. M., & Prayag, G. (2016). The capacity of New Zealand to accommodate the halal tourism market — or not. *Tourism Management Perspectives*, 18, 92–97. doi: 10.1016/j.tmp.2016.01.008
- Richter, N. F., Schubring, S., Hauff, S., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2020). When predictors of outcomes are necessary: Guidelines for the combined use of PLS-SEM and NCA. *Industrial Management & Data Systems*, 120(12), 2243–2267.
- Rosnan, H., Osman, I., Nor, N. M., & Aminuddin, A. (2015). Halal certification: An exploratory study on non-certified restaurants. *Advanced Science Letters*, 21(6), 1854–1857. doi: 10.1166/asl.2015.6136
- Russo, D., & Stol, K.-J. (2021). PLS-SEM for software engineering research. *ACM Computing Surveys*, 54(4), 1–38. doi: 10.1145/3447580

- Salindal, N. A. (2019). *Halal* certification compliance and its effects on companies' innovative and market performance. *Journal of Islamic Marketing*, 10(2), 589–605. doi: 10.1108/JIMA-04-2018-0080
- Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Hair, J. F. (2017). Treating unobserved heterogeneity in PLS-SEM: A multi-method approach. In *Partial Least Squares Path Modeling* (pp. 197–217). Cham: Springer International Publishing. doi: 10.1007/978-3-319-64069-3\_9
- Sayogo, D. S. (2018). Online traceability for halal product information: perceptions of Muslim consumers in Indonesia. *Journal of Islamic Marketing*, 9(1), 99–116. doi: 10.1108/JIMA-07-2016-0057
- Schubring, S., Lorscheid, I., Meyer, M., & Ringle, C. M. (2016). The PLS agent: Predictive modeling with PLS-SEM and agent-based simulation. *Journal of Business Research*, 69(10), 4604–4612. doi: 10.1016/j.jbusres.2016.03.052
- Septiani, D., & Ridlwan, A. A. (2020). The effects of halal certification and halal awareness on purchase intention of halal food products in Indonesia. *Indonesian Journal of Halal Research*, 2(2), 55–60. doi: 10.15575/ijhar.v2i2.6657
- Sun, H., & Cheng, T.-K. (2002). Comparing reasons, practices and effects of ISO 9000 certification and TQM implementation in Norwegian SMEs and large firms. *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, 20(4), 421–442. doi: 10.1177/0266242602204003
- Supian, K., Abdullah, M., & Ab Rashid, N. (2019). Halal practices integrity and performance relationship: Are halal supply chain trust and commitment the missing links. *International Journal of Supply Chain Management*, 8(6), 1045–1054.
- Syamsiyah, N., & Ardana, Y. (2022). Halal industry in Indonesia: opportunities, challenges and strategies. *Journal of Islamic Economics and Business*, 01(0), 36–46. doi: 10.19109/ieb.v1i2.13318
- Tayob, S. (2020). Halal Consumption as ethical practice: Negotiating halal certification in South Africa. *Islamic Africa*, 11(1), 71–93. doi: 10.1163/21540993-01101006
- Tenenhaus, M., Mauger, E., & Guinot, C. (2010). Use of ULS-SEM and PLS-SEM to measure a group effect in a regression model relating two blocks of binary variables. *Handbook of Partial Least Squares*, 125–140.
- Yakub, A., & Zein, F. (2022). Halal certification in government and non-governmental organizations: A comparative analysis of Indonesia, Malaysia, and Thailand. *Jurnal Cita Hukum*, 10(1). doi: 10.15408/jch.v10i1.25747

- Yang, T., Xun, J., & He, X. (2015). British SMEs' e-commerce technological investments and firm performance: an RBV perspective. *Technology Analysis & Strategic Management*, 27(5), 586–603. doi: 10.1080/09537325.2015.1019453
- Zulfakar, M. H., Chan, C., Jie, F., & Sundram, V. P. K. (2019). *Halal accreditation and certification in a non-Muslim country setting: Insights from Australia halal meat supply chain*.
- Zulu-Chisanga, S., Chabala, M., & Mandawa-Bray, B. (2021). The differential effects of government support, inter-firm collaboration and firm resources on SME performance in a developing economy. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 13(2), 175–195. doi: 10.1108/JEEE-07-2019-0105