

***Determinants of Interest in Halal Certification Application among Culinary MSMEs in Jabodetabek***

**By Muhamad Hilmi Al Ghifari**

***Abstract***

*The positive achievements obtained by Indonesia in the halal food sector reflect that Indonesia is preparing to implement a mandatory halal program on October 17, 2024, by focusing on providing halal-certified products. However, behind this achievement is the reality of issuing halal certificates in the Jabodetabek area, which has yet to contribute significantly to national achievements, at only 6.05%. Thus, this study analyzes the determinants of interest in applying for halal certification of culinary MSEs in Jabodetabek. This study uses the descriptive quantitative approach method combined with Partial Least Square (PLS) data analysis techniques to obtain credible research results. Then, this study uses questionnaire data collection techniques distributed through social media to obtain primary data sources. The research results showed that religiosity has no effect on submission interest because halal certification is only considered legality, which has no implications for acquiring rewards or sins. As for social media marketing and word of mouth affecting submission interest, these results indicate that both have an essential role in stimulating culinary MSEs' interest in applying for halal certification. Thus, these two aspects need to be consistently improved in their implementation to impact the achievement of halal certification positively.*

***Keywords:*** *halal certificates, interest, religiosity, social media marketing, word of mouth*

# Determinan Minat Pengajuan Sertifikasi Halal Pelaku UMK Kuliner Di Jabodetabek

Oleh Muhamad Hilmi Al Ghifari

## Abstrak

Pencapaian positif yang diperoleh Indonesia dalam bidang pangan halal mencerminkan bahwa Indonesia tengah bersiap untuk menjalankan program wajib halal 17 Oktober 2024 dengan berfokus pada penyediaan produk bersertifikat halal. Namun, dibalik pencapaian tersebut ditemukan realitas penerbitan sertifikat halal di wilayah Jabodetabek yang belum memberikan kontribusi besar bagi capaian nasional, yakni hanya sebesar 6,05%. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis determinan minat pengajuan sertifikasi halal pelaku UMK kuliner di Jabodetabek. Guna memperoleh hasil penelitian yang kredibel maka metode pendekatan deskriptif kuantitatif dengan dipadukan teknik analisis data *Partial Least Square* (PLS) digunakan pada penelitian ini. Kemudian dalam memperoleh sumber data primer, penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data kuesioner yang disebarakan melalui media sosial. Adapun hasil penelitian yang diperoleh ialah religiositas tidak berpengaruh terhadap minat pengajuan karena sertifikasi halal hanya dianggap sebagai legalitas semata yang tidak berimplikasi pada perolehan pahala ataupun dosa. Adapun pemasaran media sosial dan *word of mouth* berpengaruh terhadap minat pengajuan sehingga hasil ini menandakan bahwa keduanya memiliki peran penting dalam menstimulasi minat pelaku UMK kuliner untuk mengajukan sertifikasi halal. Dengan demikian kedua aspek tersebut perlu untuk ditingkatkan secara konsisten dalam pelaksanaannya guna berdampak positif bagi capaian penerbitan sertifikasi halal di Jabodetabek.

**Kata kunci:** sertifikasi halal, minat, religiositas, pemasaran media sosial, *word of mouth*