



Halal Awareness dan Minat Pelaku UMKM dalam Mengikuti Program Sertifikat Halal Gratis (SEHATI) di Lingkungan Universitas Tanjungpura

Tea Rahmawati¹, U. Sulia Sukmawati², Anggi Hairunnisa³, Robiatul Adawiyah⁴, Isromawati⁵
^{1,2,3,4,5} Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tanjungpura
e-mail: b1061241006@student.untan.ac.id

Histori Naskah

Diserahkan:
09-12-2025

Direvisi:
25-12-2025

Diterima:
26-12-2025

ABSTRACT

This research aims to describe the level of halal Awareness and interest of MSMEs in the Tanjungpura University (UNTAN) environment in participating in the free halal certificate program. The approach used is descriptive quantitative with data collection techniques through surveys and interviews conducted directly with MSMEs. The research instrument is a questionnaire that has passed the validity test using Pearson correlation and reliability test using Cronbach's Alpha so that the data obtained can be used as a basis for analysis. The results of the study show that the average value of halal Awareness of MSMEs is 4.68 which is in the high category, which indicates that most respondents have a good understanding and concern for the halal aspects of products. Meanwhile, the average interest of MSMEs in the free halal certificate program is 4.34 which is also included in the high category, which indicates that business actors realize the importance of free halal certificates as a guarantee of consumer trust. Based on these findings, it can be concluded that MSMEs in the Tanjungputa University (UNTAN) environment have generally shown a positive attitude towards the halal concept and the legality of halal products. However, ongoing support and mentoring are needed to ensure this level of Awareness is followed by a significant increase in the number of MSMEs seeking halal certification.

Keywords : Halal Awareness; MSME Interest; Free Halal Certification; MSMEs

ABSTRAK

Peneliti ini bertujuan untuk menggambarkan tingkat halal Awareness serta minat pelaku UMKM di lingkungan Universitas Tanjungpura (UNTAN) dalam mengikuti program sertifikat halal gratis. Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui survei dan wawancara yang dilakukan secara turun langsung kepada pelaku UMKM. Instrumen penelitian berupa kuesioner yang telah melalui uji validitas menggunakan korelasi pearson serta uji reliabilitas menggunakan Cronbach's Alpha sehingga data yang diperoleh dapat digunakan sebagai dasar analisis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai rata-rata halal Awareness pelaku UMKM sebesar 4,68 yang berada pada kategori tinggi, yang menunjukkan bahwa sebagian besar responden telah memiliki pemahaman dan kepedulian yang baik terhadap aspek kehalalan produk. Sementara itu, rata-rata minat pelaku UMKM terhadap program sertifikat halal gratis sebesar 4,34 yang juga termasuk dalam kategori tinggi, yang menandakan bahwa para pelaku usaha menyadari pentingnya sertifikat halal gratis sebagai jaminan kepercayaan konsumen. Berdasarkan temuan tersebut dapat disimpulkan bahwa pelaku UMKM di lingkungan Universitas Tanjungputa (UNTAN) pada umumnya telah menunjukkan sikap positif terhadap konsep halal dan legalitas produk halal. Meskipun demikian, diperlukan dukungan dan pendamping yang berkelanjutan agar tingkat kesadaran tersebut dapat diikuti dengan peningkatan jumlah UMKM yang mengurus sertifikasi halal secara nyata.

Kata Kunci : Halal Awareness; Minat UMKM; Sertifikat Halal Gratis; UMKM

Corresponding Author : Tea Rahmawati, Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tanjungpura, Jalan Ahmad Yani, Benua Melayu Darat, Pontianak Selatan, Bansir Laut, Pontianak, Kota Pontianak, Kalimantan Barat, Indonesia., e-mail: b1061241006@student.untan.ac.id

PENDAHULUAN

Indonesia memiliki potensi yang luar biasa untuk mengembangkan industri halal. Potensi tersebut di antaranya adalah jumlah penduduk muslim yang melimpah hingga diproyeksikan mencapai 256 juta jiwa pada tahun 2050, pertumbuhan berbagai sektor industri halal khususnya sektor keuangan, pariwisata dan *fashion*, mulai diakuinya prestasi Indonesia di mata dunia, kondisi geografis Indonesia serta bonus demografinya, perkembangan teknologi, serta pengesahan Undang-Undang Jaminan Produk Halal nomor 33 tahun 2014 (Fathoni, 2020).

Perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kota Pontianak mengalami peningkatan yang cukup signifikan, khususnya pada sektor makanan dan minuman. UMKM tidak hanya berperan sebagai penggerak ekonomi masyarakat, tetapi juga penyedia utama kebutuhan konsumsi sehari-hari. Di daerah yang mayoritas penduduknya beragama Islam, aspek kehalalan produk menjadi hal yang tidak dapat diabaikan. Konsumen tidak hanya mempertimbangkan rasa dan harga, tetapi juga semakin memperhatikan status halal dari produk yang dibeli.

Seiring meningkatnya perhatian terhadap kehalalan produk, pelaku UMKM yang berjualan di lingkungan Universitas Tanjungpura juga mulai diarahkan untuk mengurus sertifikat halal. Program sertifikat halal gratis hadir untuk membantu para pelaku usaha di sekitar kampus memperoleh legalitas halal tanpa biaya, sehingga produk yang dijual memiliki kejelasan status kehalalan. Dengan adanya program ini, diharapkan kepercayaan konsumen, terutama mahasiswa dan civitas akademika, dapat semakin meningkat. Pelaksananya dilakukan melalui pendampingan dan kerja sama dengan pihak terkait agar pelaku UMKM lebih mudah memahami proses pengurusan sertifikat halal.

Pemerintah Indonesia telah mengatur Jaminan Produk Halal (JPH) dalam UU No. 33 Tahun 2014 dan PP No. 39 Tahun 2021. JPH memberikan kepastian hukum terhadap kehalalan produk melalui sertifikasi halal. UU JPH memastikan produsen menerapkan Sistem Jaminan Halal, sehingga konsumen mendapat informasi jelas tentang status halal produk. Pemerintah berupaya memastikan bahwa setiap produk makanan yang beredar di Indonesia, baik lokal maupun impor, memenuhi standar kehalalan yang ketat (Widodo et al., 2024).

Halal *Awareness* menjadi faktor penting dalam membentuk sikap dan perilaku pelaku UMKM terhadap kehalalan produk. Pelaku usaha yang memiliki pemahaman yang baik tentang konsep halal cenderung lebih berhati-hati dalam memilih bahan baku, mengelola proses produksi, dan menjaga kebersihan lingkungan usaha. Sebaliknya, kurangnya pemahaman dapat menyebabkan pelaku usaha mengabaikan aspek kehalalan, meskipun program sertifikasi telah disediakan secara gratis.

Penelitian ini dilakukan untuk menggambarkan tingkat halal *Awareness* dan minat pelaku UMKM di lingkungan Universitas Tanjungpura dalam mengikuti program sertifikat halal gratis. Penelitian ini penting sebagai bahan evaluasi terhadap efektivitas pelaksanaan program halal di daerah serta sebagai dasar perumusan kebijakan dan pendampingan UMKM di masa mendatang. Dengan mengetahui kondisi yang sebenarnya di lapangan, diharapkan upaya pengembangan UMKM halal dapat berjalan lebih terarah dan tepat sasaran.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, rumusan masalah penelitian ini adalah: "(1) Bagaimana tingkat halal *Awareness* pelaku UMKM di lingkungan Universitas Tanjungpura dan (2) Bagaimana tingkat minat pelaku UMKM dalam mengikuti program Sertifikat Halal Gratis (SEHATI)."



METODE PENELITIAN

A. Penelitian Deskriptif Kuantitatif

Penelitian kuantitatif adalah suatu bentuk penelitian yang menggunakan pengumpulan data numerik dan teknik analitik untuk menguji hipotesis, menarik kesimpulan, dan memahami hubungan antar variabel yang diteliti (Candra Susanto et al., 2024). Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dengan pengumpulan data melalui survei langsung kepada pelaku UMKM di lingkungan Universitas Tanjungpura. Data diperoleh menggunakan kuesioner dan wawancara singkat untuk mengetahui tingkat kesadaran halal serta minat terhadap program sertifikat halal gratis. Data kemudian diolah dalam bentuk angka dan persentase untuk menggambarkan kondisi yang sebenarnya di lapangan.

B. Populasi dan Sampel

Populasi didefinisikan sebagai keseluruhan individu, objek, atau peristiwa yang menjadi subjek utama penyelidikan dalam suatu penelitian. Sampel mengacu pada subdivisi populasi yang dipilih untuk tujuan observasi atau penelitian. Pemanfaatan sampel memungkinkan peneliti membuat generalisasi yang lebih efisien dan hemat biaya dari sampel ke populasi (Candra Susanto et al., 2024). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelaku UMKM yang berada di lingkungan Universitas Tanjungpura. Dari populasi tersebut dipilih sampel sebanyak 104 pelaku UMKM menggunakan teknik *simple random sampling*, sehingga setiap pelaku usaha memiliki kesempatan yang sama untuk menjadi responden. Teknik ini digunakan agar sampel yang diperoleh dapat mewakili kondisi pelaku UMKM di lingkungan kampus secara lebih objektif.

C. Skala Likert

Kuesioner yang digunakan adalah skala likert yaitu skala yang biasanya dipergunakan sebagai pengukur perilaku, tanggapan, pandangan dan persepsi mengenai suatu kejadian (Rosita et al., 2021). Skala likert menggunakan beberapa butir pertanyaan untuk mengukur perilaku individu dengan merespon 5 titik pilihan pada setiap butir pertanyaan, sangat setuju, setuju, tidak memutuskan, tidak setuju, dan sangat tidak setuju (Likert 1932) (Budiaji, 2018). Kuesioner penelitian ini menggunakan skala pilihan lima tingkat, yaitu dari 1.Sangat tidak setuju, 2.Tidak setuju, 3.Netral, 4.Setuju sampai sangat 5.Sangat setuju. Skala ini dipakai untuk melihat sikap dan pendapat responden terhadap setiap pernyataan yang berkaitan dengan kesadaran halal dan minat mengurus sertifikat halal. Jawaban responden kemudian diubah ke dalam bentuk angka untuk memudahkan pengolahan dan penafsiran data.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui penyebaran kuesioner dan wawancara secara langsung kepada pelaku UMKM di lingkungan Universitas Tanjungpura. Berdasarkan jenis datanya disebut data primer. Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/ kecil. Kuesioner merupakan alat teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (*Modul_Riset_Keperawatan_pdf*, n.d.).

E. Teknik Analisis Data

Data penelitian kuantitatif yang telah dikumpulkan melalui kegiatan lapangan pada dasarnya masih berupa data mentah (raw data). Untuk dapat menggunakan data sebagai landasan



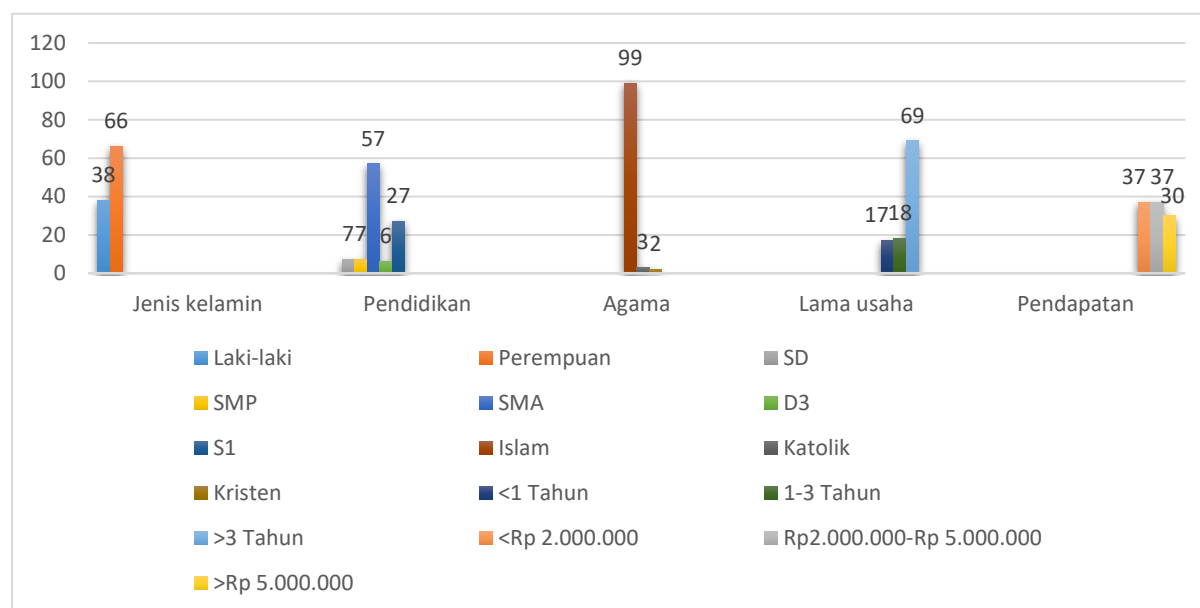
empiris dalam menjawab rumusan masalah atau menguji hipotesis penelitian, maka perlu dilakukan rangkaian proses pengolahan serta analisis data. Kegiatan analisis data dalam penelitian kuantitatif meliputi pengolahan dan penyajian data, melakukan berbagai perhitungan untuk mendeskripsikan data, dan melakukan analisis untuk menguji hipotesis. Mendeskripsikan data adalah menggambarkan data yang ada untuk memperoleh bentuk nyata dari responden, sehingga lebih mudah dimengerti berbentuk kuantitatif atau ditransfer dalam angka maka cara mendeskripsikan data dapat dilakukan menggunakan statistika deskriptif. Statistika deskriptif adalah statistika yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Jailani & Saksitha, n.d.).

Uji validitas merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui serta menguji ketepatan dan ketetapan suatu alat ukur untuk dipergunakan sebagai pengukur sesuatu yang seharusnya diukur. (Sugiyono, dalam Dewi & Sudaryanto, 2020) Uji validitas kusioner dapat dinyatakan valid jika setiap butir pertanyaan yang terdapat pada kusioner dapat digunakan sebagai perantara untuk mengungkapkan dan mengetahui sesuatu yang akan diukur oleh kusioner tersebut (Rosita et al., 2021).

Uji reliabilitas pada suatu instrument penelitian adalah sebuah uji yang digunakan untuk mengetahui apakah kusioner yang digunakan dalam pengambilan data penelitian sudah dapat dikatakan reliabel atau tidak (Dewi & Sudaryanto, 2020) pada uji reliabilitas penelitian ini dilakukan dengan menggunakan Alpha Cronbach (Rosita et al., 2021).

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Karakteristik Responden



Gambar 1. Persentase Responden Berdasarkan Karakteristik Pelaku UMKM

Diagram tersebut menunjukkan berbagai karakteristik pelaku UMKM yang berada di lingkungan Universitas Tanjungpura dan dikelompokkan ke dalam lima kategori, yaitu jenis kelamin, pendidikan, agama, lama usaha, dan pendapatan per bulan. Setiap kelompok data memberikan gambaran lengkap mengenai latar belakang para pelaku usaha sehingga dapat diketahui kondisi mereka secara menyeluruh.

Pada kelompok jenis kelamin, jumlah pelaku usaha perempuan lebih banyak dibandingkan laki-laki. Terdapat 66 perempuan dan 38 laki-laki, yang menunjukkan bahwa

perempuan memiliki peran besar dalam menjalankan usaha mikro dan kecil. Kondisi ini juga menggambarkan bahwa banyak perempuan ikut terlibat dalam kegiatan ekonomi keluarga.

Pada kelompok pendidikan, pelaku UMKM paling banyak berasal dari lulusan SMA, yaitu sebanyak 57 orang, lulusan S1 27 orang, lulusan SMP dan SD masing-masing berjumlah 7 orang, serta lulusan D3 berjumlah 6 orang. Data ini menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku usaha memiliki pendidikan menengah, namun masih ada yang berlatar pendidikan dasar. Oleh karena itu, pendampingan usaha dan pelatihan keterampilan tetap diperlukan agar kemampuan pengelolaan usaha dapat meningkat.

Pada kelompok agama, tampak bahwa mayoritas pelaku UMKM beragama Islam, yaitu sebanyak 99 orang. Sementara itu, pelaku usaha beragama Kristen berjumlah 3 orang, dan beragama Katolik berjumlah 2 orang. Gambaran ini mencerminkan bahwa wilayah penelitian didominasi oleh masyarakat beragama Islam.

Pada kelompok lama usaha, sebagian besar pelaku UMKM telah menjalankan usahanya selama lebih dari 3 tahun, yaitu sebanyak 69 orang. Kemudian diikuti oleh pelaku usaha yang telah menjalankan usahanya selama 1–3 tahun sebanyak 18 orang, dan yang menjalankan usaha kurang dari 1 tahun berjumlah 17 orang. Data ini menunjukkan bahwa mayoritas responden sudah berpengalaman dalam mengelola usaha.

Pada kelompok terakhir yaitu pendapatan atau penghasilan pelaku UMKM yang memiliki pendapatan Rp <2.000.000 berjumlah 37 orang, sedangkan pelaku yang berpendapatan Rp 2.000.000 – Rp 5.000.000 berjumlah 37 orang dan yang pendapatan Rp > 5.000.000 berjumlah 30 orang. Data tersebut menunjukkan bahwa jumlah pelaku usaha dengan pendapatan menengah dan menengah ke bawah lebih dominan dibandingkan kelompok pendapatan tinggi.

Diagram ini menggambarkan bahwa pelaku UMKM memiliki latar belakang yang beragam, baik dari segi pendidikan, usia usaha, maupun pendapatan. Meskipun demikian, mayoritas dari mereka adalah perempuan, beragama Islam, dan telah memiliki pengalaman usaha yang cukup panjang. Kondisi ini menunjukkan bahwa UMKM di lingkungan Universitas Tanjungpura dikelola oleh kelompok yang aktif dan memiliki potensi besar untuk berkembang lebih jauh.

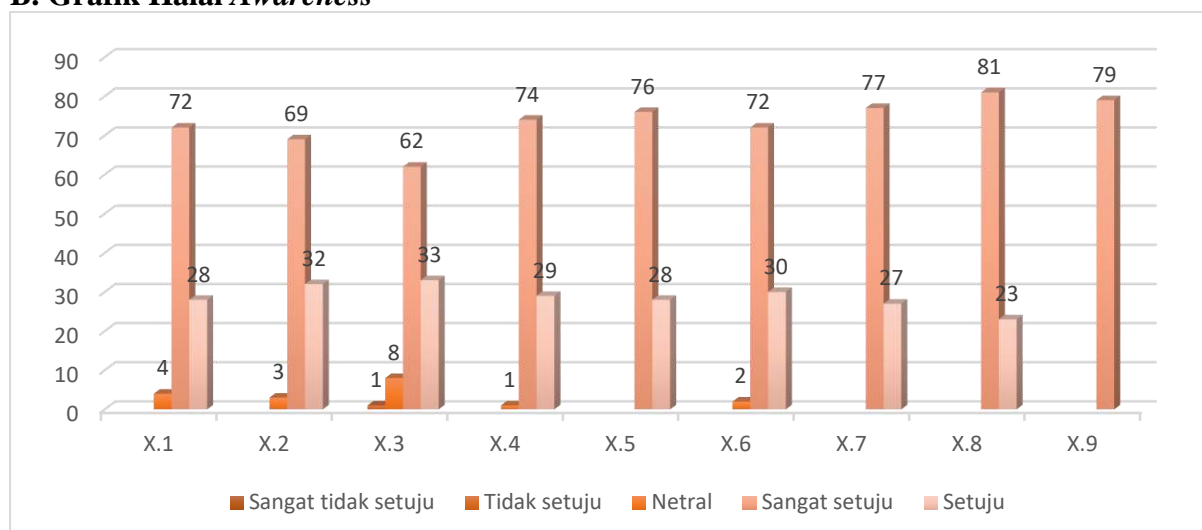
Data tersebut menggambarkan bahwa kelompok pengusaha mikro ini masih berada pada tahap pengembangan awal, di mana banyak pelaku usaha sedang membangun pondasi bisnis melalui proses adaptasi pasar, pengelolaan modal, serta penyesuaian strategi penjualan. Dominasi jumlah UMKM yang berada pada rentang usia usaha satu hingga dua tahun menunjukkan bahwa para pelaku usaha masih memiliki semangat yang kuat untuk bertumbuh dan mencoba menangkap peluang yang tersedia di lingkungan sekitarnya.

Sementara itu, pelaku UMKM dengan usia usaha lebih lama relatif lebih sedikit, yang dapat dipahami sebagai bentuk tantangan dalam mempertahankan keberlangsungan bisnis dalam jangka panjang. Faktor seperti persaingan pasar, keterbatasan modal, kemampuan inovasi, serta perubahan pola konsumsi dapat menjadi penyebab mengapa hanya sebagian kecil UMKM yang mampu bertahan hingga beberapa tahun. Meskipun demikian, keberadaan kelompok UMKM yang tetap bertahan menunjukkan adanya ketahanan usaha serta kemampuan untuk menyesuaikan diri dengan dinamika lingkungan usaha.

Secara keseluruhan, distribusi data pelaku UMKM di lingkungan Universitas Tanjungpura pada grafik mencerminkan kondisi kewirausahaan yang sedang berkembang, di mana banyak individu mulai membangun usaha baru, sementara sebagian lainnya masih berjuang mempertahankan eksistensinya. Pola ini mengindikasikan bahwa peluang untuk mendorong pertumbuhan ekonomi melalui sektor UMKM masih sangat terbuka, terutama jika para pelaku usaha mendapatkan dukungan dalam bentuk pelatihan, pendampingan, dan akses permodalan.



B. Grafik Halal Awareness



Gambar 2. Persentase Responden Halal Awareness

Grafik Halal Awareness (X) menunjukkan tingkat kesadaran responden terhadap aspek-aspek yang berkaitan dengan kehalalan produk. Secara umum, seluruh indikator X.1 hingga X.9 didominasi oleh jawaban setuju, yang menunjukkan bahwa kesadaran halal dalam kelompok responden tergolong tinggi.

Pada indikator X.1 (mengetahui produk halal dan haram), sebagian besar responden menyatakan sangat setuju sebanyak 72 orang, setuju 28 orang dan netral 4 orang. Hal ini menandakan bahwa banyak responden telah mampu membedakan mana produk yang halal dan mana yang tidak.

Indikator X.2 (memahami konsep halal dalam produksi makanan), sebagian besar responden menyatakan sangat setuju sebanyak 69 orang, setuju 32 orang dan netral 3 orang, ini juga menunjukkan kecenderungan kuat pada jawaban setuju, menandakan bahwa responden memahami konsep dasar kehalalan dalam proses produksi.

Indikator X.3 (memahami proses untuk menjadikan produk halal), memperlihatkan hasil responden sangat setuju sebanyak 62 orang, setuju 33 orang, netral 8 orang dan tidak setuju 1 responden, dimana mayoritas responden memiliki pemahaman mengenai tahapan yang harus dilakukan agar suatu produk dinyatakan halal dan alasan 1 responden tidak setuju akan proses tersebut dikarenakan penjual beragama non islam.

Indikator X.4 (sadar pentingnya memilih dan menjual produk sesuai ajaran Islam), memperlihatkan bahwa responden sangat setuju sebanyak 74 orang, setuju 29 orang dan netral 1 orang, responden kembali menunjukkan kesadaran yang tinggi, terlihat dari dominasi jawaban sangat setuju. Ini mencerminkan adanya tanggung jawab moral dalam memilih dan menjual barang yang sesuai dengan ketentuan syariat.

Indikator X.5 (sadar pentingnya menjaga kebersihan produk yang dijual), menunjukkan bahwa responden sangat setuju 76 orang dan setuju 28 orang, ini memperlihatkan tingkat kesadaran yang sangat tinggi. Kebersihan sebagai bagian dari standar halal dianggap penting oleh hampir seluruh responden.

Indikator X.6 (memastikan produk bebas dari bahan najis atau tercemar), responden memastikan bahwa sangat setuju 72 orang, setuju 30 orang dan netral 2 orang, sebagian besar responden juga menunjukkan perhatian besar pada aspek kebersihan dan bebas najis, yang merupakan bagian utama dalam penilaian kehalalan produk.

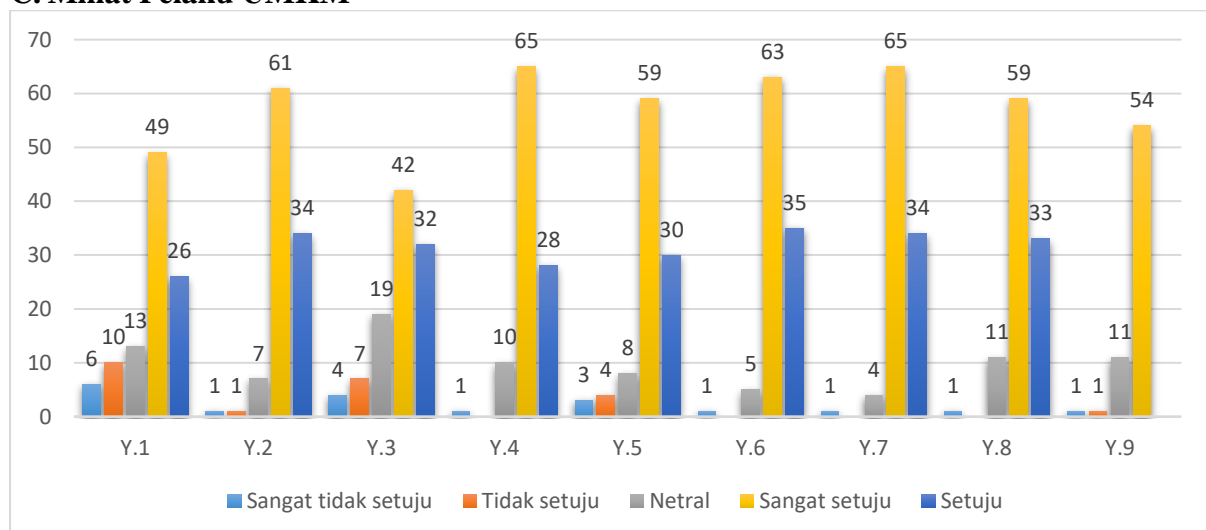
Indikator X.7 (memastikan produk tidak mengandung bahan berbahaya) responden menyatakan bahwa sangat setuju 77, setuju 27, ini mendapatkan tingkat persetujuan yang tinggi pula. Hal ini menunjukkan bahwa responden memahami bahwa kehalalan tidak hanya terkait dengan bahan, tetapi juga keamanan produk bagi kesehatan.

Indikator X.8 (memastikan produk yang dijual aman untuk dikonsumsi konsumen) menunjukkan bahwa responden memilih sangat setuju 81 orang dan setuju 23 orang, indikator ini memperoleh nilai tertinggi dengan jumlah responden sangat setuju paling besar. Ini menandakan bahwa perhatian terhadap keamanan konsumen menjadi prioritas penting bagi responden.

Indikator terakhir, X.9 (berupaya menjaga kualitas produk halal yang dijual) responden menunjukkan sangat setuju 79 orang dan setuju 25 orang, mayoritas responden juga memberikan jawaban sangat setuju. Hasil ini menunjukkan adanya komitmen dalam menjaga kualitas produk, baik dari segi kehalalan, kebersihan, maupun keamanan.

Secara keseluruhan, seluruh indikator menggambarkan bahwa responden memiliki tingkat kesadaran halal yang baik. Mereka memahami konsep halal, menjaga kebersihan dan kualitas produk, serta memastikan keamanan bagi konsumen. Dominasi jawaban setuju dalam setiap indikator menjadi bukti bahwa kesadaran halal telah tertanam kuat dalam diri sebagian besar responden.

C. Minat Pelaku UMKM



Gambar 3. Persentase Minat Pelaku UMKM

Grafik minat pelaku UMKM (Y) di lingkungan Universitas Tanjungpura menunjukkan tingkat ketertarikan para pelaku usaha terhadap program Sertifikasi Halal Gratis (SEHATI). Secara keseluruhan, mayoritas responden memberikan jawaban setuju dan sangat setuju pada setiap indikator, yang berarti bahwa tingkat minat terhadap program ini tergolong tinggi.

Pada indikator Y.1 (mengetahui adanya program sertifikasi halal gratis), sebagian besar responden menyatakan mengetahui adanya program sertifikasi halal gratis dengan jumlah responden sangat tidak setuju 6 orang, tidak setuju 10 orang, netral 13 orang, sangat setuju 49 orang dan setuju 26 orang. Sehingga dapat disimpulkan bahwa 47% sebagian besar responden sudah mengetahui program tersebut.

Indikator Y.2 (merasa senang dengan adanya program sertifikasi halal gratis), responden juga menunjukkan sikap positif dengan mengaku merasa senang terhadap adanya program tersebut karena dianggap membantu pelaku UMKM dalam meningkatkan kualitas produk

secara legal dengan jumlah responden sangat tidak setuju 1 orang, tidak setuju 1 orang, netral 7 orang, sangat setuju 61 orang dan setuju 61 orang. Hasil ini menunjukkan respon positif yang sangat tinggi. Banyak pelaku UMKM merasa terbantu dan senang karena adanya program sertifikasi halal tanpa biaya.

Indikator Y.3 (sudah mencari informasi mengenai sertifikasi halal gratis), ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden telah mencari informasi mengenai program sertifikasi halal gratis, dengan jumlah responden sangat tidak setuju 4 orang, tidak setuju 7 orang, netral 19 orang, sangat setuju 42 orang dan setuju 32 orang. Cukup banyak responden yang berada pada kategori sangat setuju, yang mana indikator ini tetap menunjukkan bahwa sebagian besar UMKM sudah mulai mencari informasi terkait program sertifikasi halal gratis.

Indikator Y.4 (memiliki keinginan agar produk yang dijual memiliki sertifikat halal), responden memperlihatkan keinginan kuat agar produk yang mereka jual memiliki sertifikat halal. Jumlah responden sangat tidak setuju 1 orang, netral 10 orang, sangat setuju 65 orang, setuju 28 orang. Indikator ini memiliki tingkat persetujuan yang tinggi. Mayoritas pelaku UMKM di lingkungan Universitas Tanjungpura ingin produknya memiliki sertifikat halal sebagai bentuk kepatuhan terhadap standar dan kebutuhan konsumen. Besarnya angka sangat setuju pada indikator ini menunjukkan besarnya kepedulian pelaku UMKM terhadap aspek kehalalan produk.

Indikator Y.5 (mempertimbangkan untuk mendaftar sertifikasi halal gratis), memperlihatkan bahwa responden mempertimbangkan untuk mendaftar sertifikasi halal di masa depan. Sikap ini menunjukkan adanya perhatian terhadap pengembangan usaha dalam jangka panjang, responden disini menyatakan sangat tidak setuju 3 orang, tidak setuju 4 orang, netral 8 orang, sangat setuju 59 orang, setuju 30 orang. Hasil ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM tidak hanya mengetahui dan memahami, tetapi juga mulai mempertimbangkan langkah nyata untuk mengikuti sertifikasi halal gratis.

Indikator Y.6 (percaya bahwa program sertifikasi halal gratis dapat dipercaya), mayoritas responden menyatakan percaya bahwa program sertifikasi halal gratis dapat dipercaya dan memiliki kredibilitas yang baik, responden menyatakan sangat tidak setuju 1 orang, netral 5 orang, sangat setuju 63 orang, setuju 35 orang. Tingkat kepercayaan yang tinggi pada indikator ini menunjukkan bahwa program sertifikasi halal gratis dinilai kredibel dan layak diikuti oleh pelaku UMKM di lingkungan Universitas Tanjungpura.

Indikator Y.7 (percaya bahwa sertifikasi halal dapat meningkatkan kepercayaan konsumen), memperlihatkan tingkat persetujuan yang tinggi mengenai keyakinan bahwa sertifikasi halal dapat meningkatkan kepercayaan konsumen, responden menyatakan sangat tidak setuju 1 orang, netral 4 orang, sangat setuju 65 orang dan setuju 34 orang. Mayoritas responden yakin bahwa sertifikasi halal memberi nilai tambah dan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk mereka. Pelaku UMKM melihat sertifikasi halal sebagai salah satu cara untuk menambah nilai jual produk.

Indikator Y.8 (tertarik untuk segera mendaftar produk yang dijual agar bersertifikasi halal), responden juga menunjukkan minat kuat untuk segera mendaftarkan produk agar memperoleh sertifikat halal dengan respon responden sangat tidak setuju 1 orang, netral 11 orang, sangat setuju 59 orang dan setuju 33 orang. Keinginan untuk segera mendaftar terlihat cukup kuat, meskipun sebagian kecil responden masih ragu atau belum menentukan keputusan.

Indikator terakhir, Y.9 (akan mendaftar produk yang dijual melalui program sertifikasi halal gratis), menunjukkan bahwa sebagian besar responden berencana untuk benar-benar mendaftarkan produk mereka melalui program sertifikasi halal gratis dengan responden sangat tidak setuju 1 orang, tidak setuju 1 orang, netral 11 orang, sangat setuju 54 orang dan setuju 34 orang. Indikator terakhir ini menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM memiliki rencana untuk benar-benar mendaftarkan produknya melalui program sertifikasi halal gratis,



meskipun tingkat kepastian sedikit lebih rendah dibanding indikator sebelumnya dan masih terdapat sebagian kecil yang belum menentukan sikap, secara umum minat untuk mendaftar tetap tergolong tinggi.

Dari keseluruhan hasil pada indikator Y dapat disimpulkan bahwa minat pelaku UMKM di lingkungan Universitas Tanjungpura terhadap program Sertifikasi Halal Gratis (SEHATI) tergolong tinggi. Sebagian besar pelaku usaha sudah mengetahui program tersebut, merasa tertarik, serta percaya terhadap manfaat dan keandalannya. Selain itu, banyak responden juga menunjukkan keinginan nyata untuk segera mendaftarkan produknya. Hal ini memperlihatkan bahwa program sertifikasi halal gratis dipandang sebagai peluang yang baik bagi pengembangan usaha dan peningkatan kepercayaan konsumen.

D. Tabel Halal Awareness

Tabel 1. Jawaban Responden Tentang Halal Awareness

No.	Indikator Halal Awareness (X)	Total
1.	Saya mengetahui apa itu produk hala dan haram	4,65
2.	Saya memahami konsep halal dalam produksi makanan	4,63
3.	Saya memahami proses untuk menjadikan produk halal	4,5
4.	Saya sadar pentingnya memilih dan menjual produk yang sesuai ajaran islam	4,70
5.	Saya sadar akan pentingnya menjaga kebersihan produk yang dijual	4,73
6.	Saya memastikan produk yang saya jual bebas dari bahan najis atau tercemar	4,67
7.	Saya memastikan produk produk yang saya jual tidak mengandung bahan berbahaya	4,74
8.	Saya memastikan produk yang saya jual aman untuk dikonsumsi konsumen	4,77
9.	Saya berupaya menjaga kualitas produk halal yang dijual	4,75
Total Rata-rata		4,68

Dalam survei yang kami lakukan kepada para pelaku usaha UMKM di lingkungan Universitas Tanjungpura, ditemukan bahwa pengetahuan tentang halal sudah menjadi bagian penting dalam aktivitas mereka sehari-hari. Hampir semua responden mengaku memahami dengan baik apa itu halal, yang tecermin dari nilai rata-rata 4,65. Tak hanya sebatas definisi, pemahaman mereka juga merambah ke konsep halal secara lebih mendalam dengan skor 4,63.

Proses halal, mulai dari pemilihan bahan hingga tahap produksi, juga sudah kerap diperhatikan, walaupun skor di indikator ini 4,5 sedikit lebih rendah daripada indikator lain. Namun, hal ini tetap menunjukkan adanya kepedulian terhadap tata cara yang benar dalam menghadirkan produk halal di masyarakat. Kesadaran dalam memilih dan menjual makanan yang sesuai ajaran Islam semakin nyata. Responden menempatkan aspek ini pada angka 4,70, menandakan komitmen mereka sebagai pelaku usaha tidak hanya ingin memenuhi aturan, tetapi juga ingin menjaga kepercayaan konsumen muslim. Kepedulian terhadap kebersihan makanan juga sangat terlihat, terbukti dari skor 4,73. Pada titik ini, mayoritas pelaku usaha benar-benar memikirkan standar kebersihan sebagai bagian dari kehalalan.

Lebih lanjut, mereka memastikan produk yang dijual selalu terbebas dari najis dengan nilai 4,67, dan jauh dari bahan pencemar berbahaya dengan nilai 4,74. Bagi para pelaku usaha ini, keamanan makanan adalah prioritas. Mereka memastikan produk aman dikonsumsi, bahkan indikator ini mendapat skor tertinggi, yaitu 4,77. Tak ketinggalan, kualitas produk juga menjadi perhatian utama, dengan nilai 4,75, yang menunjukkan semangat untuk menyajikan makanan terbaik kepada konsumen.

Nilai rata-rata dari keseluruhan survei tersebut mencapai nilai 4,68 secara umum, data tersebut memperlihatkan bahwa pelaku usaha memiliki kesadaran tinggi terkait kehalalan, kebersihan, keamanan, dan kualitas produk yang mereka jual. Sikap ini membangun



kepercayaan konsumen terhadap produk makanan yang beredar di pasaran dan memberi contoh positif bagaimana standar halal dapat diintegrasikan secara menyeluruh dalam kegiatan usaha. Kesadaran halal di kalangan pelaku usaha makanan kini semakin kuat. Dari data yang tercantum pada tabel tersebut, terlihat hampir seluruh responden sudah memahami apa itu halal dan konsep dasar di baliknya. Pemahaman ini bukan cuma di permukaan, tapi juga merambah ke proses yang harus dijalankan agar produk benar-benar halal.

Sehari-hari, para pelaku usaha memastikan semua makanan yang mereka jual selalu bersih dan terhindar dari najis. Tak hanya itu, perhatian pada keamanan dan kualitas produk sangat tinggi. Produk yang beredar dijaga agar tidak tercampur bahan berbahaya maupun zat yang dilarang menurut ajaran agama. Mereka juga sadar pentingnya menjaga kepercayaan konsumen dengan selalu mengedepankan standar halal, kebersihan, serta kualitas produk terbaik.

Kesimpulannya, pelaku usaha tidak sekadar mencari keuntungan. Ada tanggung jawab besar dalam memastikan apa yang mereka jual memang layak dikonsumsi dan sesuai tuntunan agama, sehingga muncul rasa percaya dan aman dari konsumen setiap kali membeli produk mereka.

E. Tabel Minat Pelaku UMKM

Tabel 2. Jawaban Responden Tentang Minat Pelaku UMKM

No.	Indikator Minat Pelaku UMKM (Y)	Total
1.	Saya mengetahui adanya program Sertifikasi Halal Gratis (SEHATI)	3,98
2.	Saya merasa senang dengan adanya program pelayanan Sertifikasi Halal Gratis (SEHATI)	4,47
3.	Saya sudah mencari informasi tentang Sertifikasi Halal Gratis	3,97
4.	Saya memiliki keinginan agar produk yang saya jual memiliki sertifikasi halal	4,50
5.	Saya mempertimbangkan untuk mendaftar Sertifikasi Halal Gratis (SEHATI)	4,32
6.	Saya percaya bahwa program pelayanan Sertifikasi Halal Gratis dapat dipercaya (SEHATI)	4,52
7.	Saya percaya bahwa Sertifikasi Halal dapat meningkatkan kepercayaan konsumen	4,55
8.	Saya tertarik untuk segera mendaftarkan produk yang dijual agar bersertifikasi halal	4,43
9.	Saya akan mendaftarkan produk yang dijual melalui program Sertifikasi Halal Gratis SEHATI)	4,36
Total Rata-rata		4,34

Berdasarkan data yang ditampilkan dalam tabel, dapat diketahui bahwa tingkat minat responden terhadap program Sertifikasi Halal Gratis (SEHATI) berada pada kategori tinggi. Hal ini terlihat dari nilai rata-rata keseluruhan sebesar 4,34 yang menunjukkan bahwa responden memberikan penilaian positif terhadap berbagai pernyataan yang berkaitan dengan minat mengikuti program sertifikasi halal.

Pada pernyataan pertama mengenai pengetahuan responden terhadap keberadaan program SEHATI, nilai yang diperoleh adalah 3,98. Nilai tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden sudah mengetahui layanan ini, meskipun pemahamannya belum merata pada seluruh peserta. Pernyataan kedua mendapatkan nilai 4,47 yang menggambarkan bahwa responden merasa senang dengan adanya program tersebut. Ini menunjukkan bahwa program SEHATI dipandang sebagai layanan yang memberikan kemudahan dan manfaat bagi pelaku usaha.

Pernyataan ketiga mengenai upaya responden mencari informasi tentang program ini memperoleh nilai 3,97. Hal ini menunjukkan bahwa pencarian informasi sudah dilakukan, namun intensitasnya berbeda-beda pada setiap responden. Selanjutnya, pada pernyataan keempat yang berhubungan dengan keinginan agar produk yang dijual memiliki sertifikasi halal, nilai yang diperoleh adalah 4,50. Nilai tinggi ini menunjukkan bahwa responden memiliki keinginan yang kuat agar produknya diakui kehalalannya.



Pernyataan kelima yang menyoroti sikap responden untuk mempertimbangkan sebelum mendaftarkan sertifikasi halal mendapat nilai 4,32. Ini memberikan gambaran bahwa responden bersikap lebih teliti dalam mengambil keputusan, namun tetap menunjukkan minat yang tinggi. Pada pernyataan keenam, yaitu kepercayaan terhadap program SEHATI, nilai yang diperoleh adalah 4,52 menunjukkan bahwa responden menaruh kepercayaan besar terhadap pelayanan sertifikasi halal yang disediakan.

Pernyataan ketujuh mendapatkan nilai paling tinggi yaitu 4,55 menunjukkan bahwa responden sangat percaya bahwa sertifikasi halal dapat memberikan manfaat besar dan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk yang mereka jual. Kepercayaan ini mendorong ketertarikan yang lebih kuat untuk mengikuti sertifikasi halal, yang terlihat pada nilai pernyataan kedelapan sebesar 4,43.

Pernyataan terakhir mengenai kesediaan untuk mendaftarkan produk melalui program SEHATI memperoleh nilai 4,36. Nilai ini menunjukkan bahwa responden tidak hanya tertarik, tetapi juga memiliki kecenderungan nyata untuk melakukan pendaftaran.

Secara keseluruhan berarti bahwa responden memiliki pengetahuan, rasa senang, kepercayaan, dan motivasi yang baik terhadap program Sertifikasi Halal Gratis (SEHATI). Data tersebut mencerminkan bahwa program ini diterima dengan baik oleh pelaku usaha dan berpotensi mendorong peningkatan jumlah produk yang bersertifikat halal.

F. Uji Validitas X dan Y

Tabel 3. Uji Validitas X

	Correlations	.1	.2	.3	.4	.5	.6	.7	.8	.9	TOTAL
.1	Pearson										
	Correlation		579**	386**	412**	445**	420**	384**	338**	382**	677**
	Sig. (2-tailed)		000	000	000	000	000	000	000	000	000
	N	04	04	04	04	04	04	04	04	04	04
.2	Pearson										
	Correlation	579**		526**	399**	474**	337**	332**	499**	496**	723**
	Sig. (2-tailed)	000		000	000	000	000	001	000	000	000
	N	04	04	04	04	04	04	04	04	04	04
.3	Pearson										
	Correlation	386**	526**		341**	415**	445**	339**	324**	315**	666**
	Sig. (2-tailed)	000	000		000	000	000	000	001	001	000
	N	04	04	04	04	04	04	04	04	04	04
.4	Pearson										
	Correlation	412**	399**	341**		665**	430**	411**	395**	449**	676**
	Sig. (2-tailed)	000	000	000		000	000	000	000	000	000
	N	04	04	04	04	04	04	04	04	04	04
.5	Pearson										
	Correlation	445**	474**	415**	665**		633**	629**	617**	572**	812**
	Sig. (2-tailed)	000	000	000	000		000	000	000	000	000



	N	04	04	04	04	04	04	04	04	04	04
.6	Pearson										
	Correlation	420**	337**	445**	430**	633**		741**	569**	568**	772**
	Sig. (2-tailed)	000	000	000	000	000		000	000	000	000
	N	04	04	04	04	04	04	04	04	04	04
.7	Pearson										
	Correlation	384**	332**	339**	411**	629**	741**		689**	693**	766**
	Sig. (2-tailed)	000	001	000	000	000	000		000	000	000
	N	04	04	04	04	04	04	04	04	04	04
.8	Pearson										
	Correlation	338**	499**	324**	395**	617**	569**	689**		622**	740**
	Sig. (2-tailed)	000	000	001	000	000	000	000		000	000
	N	04	04	04	04	04	04	04	04	04	04
.9	Pearson										
	Correlation	382**	496**	315**	449**	572**	568**	693**	622**		749**
	Sig. (2-tailed)	000	000	001	000	000	000	000	000		000
	N	04	04	04	04	04	04	04	04	04	04
OTAL	Pearson										
	Correlation	677**	723**	666**	676**	812**	772**	766**	740**	749**	
	Sig. (2-tailed)	000	000	000	000	000	000	000	000	000	
	N	04	04	04	04	04	04	04	04	04	04

Uji validitas terhadap variabel X dilakukan dengan melihat hubungan antara masing-masing butir pertanyaan (X.1 sampai X.9) dengan skor total variabel. Hasil korelasi Pearson menunjukkan bahwa seluruh item memiliki nilai korelasi positif dan signifikan terhadap skor total. Nilai korelasi item terhadap total berada pada rentang 0,666 hingga 0,812 dengan tingkat signifikansi 0,000, yang berarti seluruh nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Item X.5 memiliki nilai korelasi tertinggi dengan skor total, yaitu sebesar 0,812, sehingga dapat dikatakan sebagai item yang paling kuat dalam mewakili variabel X. Sementara itu, item X.3 memiliki nilai korelasi paling rendah yaitu sebesar 0,666, namun masih berada di atas batas minimal validitas, sehingga tetap dapat dinyatakan layak. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh item dalam variabel X telah memenuhi kriteria validitas dan mampu mengukur konsep yang dimaksud secara tepat. Tidak ada item yang perlu dieliminasi karena semuanya menunjukkan hubungan yang kuat dan signifikan dengan skor total variabel.

Tabel 4. Uji Validitas Y

	Correlations	.1	.2	.3	.4	.5	.6	.7	.8	Y.9
.1	Pearson									.397**
	Correlation		441**	487**	347**	311**	371**	286**	341**	
	Sig. (2-tailed)		000	000	000	001	000	003	000	.000



	N	04	04	04	04	04	04	04	04	104
.2	Pearson									.445**
	Correlation	441**		475**	578**	290**	305**	266**	576**	
	Sig. (2-tailed)	000		000	000	003	002	006	000	.000
	N	04	04	04	04	04	04	04	04	104
.3	Pearson									.325**
	Correlation	487**	475**		511**	315**	176	022	421**	
	Sig. (2-tailed)	000	000		000	001	075	823	000	.001
	N	04	04	04	04	04	04	04	04	104
.4	Pearson									.541**
	Correlation	347**	578**	511**		370**	294**	311**	757**	
	Sig. (2-tailed)	000	000	000		000	002	001	000	.000
	N	04	04	04	04	04	04	04	04	104
.5	Pearson									.258**
	Correlation	311**	290**	315**	370**		146	373**	317**	
	Sig. (2-tailed)	001	003	001	000		140	000	001	.008
	N	04	04	04	04	04	04	04	04	104
.6	Pearson									.359**
	Correlation	371**	305**	176	294**	146		413**	322**	
	Sig. (2-tailed)	000	002	075	002	140		000	001	.000
	N	04	04	04	04	04	04	04	04	104
.7	Pearson									.292**
	Correlation	286**	266**	022	311**	373**	413**		286**	
	Sig. (2-tailed)	003	006	823	001	000	000		003	.003
	N	04	04	04	04	04	04	04	04	104
.8	Pearson									.673**
	Correlation	341**	576**	421**	757**	317**	322**	286**		
	Sig. (2-tailed)	000	000	000	000	001	001	003		.000
	N	04	04	04	04	04	04	04	04	104
.9	Pearson									1
	Correlation	397**	445**	325**	541**	258**	359**	292**	673**	
	Sig. (2-tailed)	000	000	001	000	008	000	003	000	
	N	04	04	04	04	04	04	04	04	104

Uji validitas terhadap variabel Y juga dilakukan dengan metode yang sama, yaitu dengan melihat korelasi antara setiap item pertanyaan dengan skor total variabel. Berdasarkan hasil analisis, seluruh item Y.1 hingga Y.9 menunjukkan nilai korelasi yang positif serta signifikan terhadap skor total. Nilai signifikansi keseluruhan item berada di



bawah 0,05, yang menandakan bahwa setiap butir pertanyaan mempunyai hubungan yang bermakna dengan variabel yang diukur. Item Y.8 menunjukkan nilai korelasi tertinggi dengan skor total, yaitu sebesar 0,673, sehingga dapat dikatakan paling representatif dalam mengukur variabel Y. Sementara itu, item dengan korelasi terendah adalah Y.5 sebesar 0,258, namun tetap memenuhi syarat validitas karena korelasinya positif dan signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh butir pertanyaan dalam variabel Y dapat digunakan sebagai alat ukur yang sah. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa instrumen variabel Y telah valid dan seluruh item layak digunakan dalam analisis selanjutnya tanpa perlu penghapusan item.

G. Uji Reabilitas Y dan X

Tabel 5. Uji Reabilitas Y

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.830	9

Tabel 6. Uji Reabilitas X

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.882	9

Uji reliabilitas dilakukan untuk memastikan bahwa kuesioner yang digunakan benar-benar dapat memberikan hasil yang konsisten. Pengujian dilakukan dengan menggunakan metode Cronbach's Alpha. Hasil pengujian menunjukkan bahwa instrumen pada variabel *halal Awareness* memperoleh nilai sebesar 0,882 dengan jumlah pernyataan sebanyak 9 item. Nilai ini menunjukkan bahwa pertanyaan yang digunakan cukup kuat dan dapat dipercaya dalam mengukur tingkat kesadaran halal pelaku UMKM. Selanjutnya, variabel minat pelaku UMKM terhadap sertifikat halal memperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,830 dengan jumlah pernyataan sebanyak 9 item. Hasil ini juga menunjukkan bahwa instrumen yang digunakan dapat diandalkan dan memberikan hasil yang stabil. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan pada kedua variabel layak digunakan dalam penelitian karena telah memenuhi syarat keandalan instrumen.

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian mengenai tingkat halal *Awareness* dan minat pelaku UMKM terhadap program Sertifikat Halal Gratis (SEHATI) di lingkungan Universitas Tanjungpura, dapat disimpulkan bahwa kesadaran pelaku UMKM terhadap pentingnya aspek kehalalan produk berada pada kategori tinggi. Hal ini terlihat dari nilai rata-rata halal *Awareness* sebesar 4,68 yang menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM telah memahami konsep halal serta menerapkannya dalam kegiatan usaha, baik dalam pemilihan bahan baku maupun dalam proses produksi.

Selain itu, minat pelaku UMKM dalam mengikuti program Sertifikat Halal Gratis juga tergolong tinggi dengan nilai rata-rata sebesar 4,34. Temuan ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM memiliki sikap positif terhadap program sertifikasi halal dan menyadari manfaatnya bagi peningkatan kepercayaan konsumen serta daya saing produk. Program SEHATI dinilai membantu pelaku usaha dalam memperoleh legalitas halal tanpa terbebani biaya, sehingga memberikan dorongan bagi mereka untuk mengurus sertifikasi.



Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa instrumen penelitian untuk variabel halal *Awareness* dan minat pelaku UMKM berada pada kategori andal, sehingga data yang dikumpulkan dapat dipercaya. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pelaku UMKM di lingkungan Universitas Tanjungpura pada umumnya telah memiliki pemahaman dan kepedulian yang baik terhadap kehalalan produk serta menunjukkan minat yang tinggi terhadap program sertifikasi halal gratis.

Secara keseluruhan, penelitian ini menggambarkan bahwa peningkatan kesadaran halal sejalan dengan tingginya minat pelaku UMKM dalam mengikuti program SEHATI. Oleh karena itu, kegiatan sosialisasi, pendampingan, dan edukasi terkait sertifikasi halal perlu terus dilanjutkan agar semakin banyak pelaku UMKM yang terlibat dan manfaat program dapat dirasakan secara lebih luas.



DAFTAR PUSTAKA

- Budiaji, W. (2018). *Skala Pengukuran dan Jumlah Respon Skala Likert*. INA-Rxiv. <https://doi.org/10.31227/osf.io/k7bgy>
- Candra Susanto, P., Ulfah Arini, D., Yuntina, L., Panatap Soehaditama, J., & Nuraeni, N. (2024). Konsep Penelitian Kuantitatif: Populasi, Sampel, dan Analisis Data (Sebuah Tinjauan Pustaka). *Jurnal Ilmu Multidisplin*, 3(1), 1–12. <https://doi.org/10.38035/jim.v3i1.504>
- Fathoni, M. A. (2020). Potret Industri Halal Indonesia: Peluang dan Tantangan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(3), 428. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i3.1146>
- Jailani, M. S., & Saksitha, D. A. (n.d.). *TEHNIK ANALISIS DATA KUANTITATIF DAN KUALITATIF DALAM PENELITIAN ILMIAH*.
- Mas'ud, A. (2019). *Mendakwahkan Smiling Islam: Dialog Kemanusiaan Islam dan Barat* (1st ed.). Pustaka Kompas.
- Modul_Riset_Keperawatan_pdf*. (n.d.).
- Rosita, E., Hidayat, W., & Yuliani, W. (2021). Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner Perilaku Prososial. *FOKUS (Kajian Bimbingan & Konseling dalam Pendidikan)*, 4(4), 279. <https://doi.org/10.22460/fokus.v4i4.7413>
- Widodo, A. C., Rudiana, R., & Nuryanto, Y. (2024). Pengawasan Jaminan Produk Halal (JPH) Oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH). *JiIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 7(10), 12368–12377. <https://doi.org/10.54371/jiip.v7i10.6186>

