

Pelatihan Sertifikasi Halal dalam Upaya Peningkatan Kepuasan Pelanggan Sebagai Bagian dari *Scale-Up Business* Bagi UMKM

Halal Certification Training in Efforts to Increase Customer Satisfaction as Part of the Scale-Up Business for MSME

Rachma Rizqina Mardhotillah¹, Endah Budi Permana Putri^{2*}, Denis Fidita Karya³,
Riyan Sisiawan Putra⁴, Hidayatul Khusnah⁵, Mohamad Rijal Iskandar
Zhulqurnain⁶, Pance Mariati⁷

Universitas Nahdlatul Ulama Surabaya, Surabaya, Indonesia

**Penulis Korespondensi*

¹rachma.rizqina@unusa.ac.id, ²endah.budi92@unusa.ac.id, ³denisfk@unusa.ac.id,
⁴riyan_sisiawan@unusa.ac.id, ⁵hidayatul.khusnah@unusa.ac.id, ⁶rijal.iskandar@unusa.ac.id,
⁷pance_mariati@unusa.ac.id

Riwayat Artikel: Dikirim 26 Desember 2021; Diterima 25 Mei 2022; Diterbitkan 31 Mei 2022

Abstrak

Pelaku UMKM memiliki keterbatasan pengetahuan dalam pengajuan sertifikasi halal sehingga menjadi kendala dalam penerapan jaminan produk halal di Indonesia. Padahal logo halal pada kemasan memiliki dampak terhadap keputusan pembelian dan kepuasan konsumen. Pengabdian kepada masyarakat bertujuan untuk memberikan pelatihan tentang pentingnya sertifikasi halal sebagai upaya peningkatan kepuasan pelanggan bagi pelaku UMKM. Sasaran kegiatan adalah 26 UMKM yang berada di Surabaya. Metode yang digunakan yaitu ceramah dan tanya jawab yang dilanjutkan dengan membagikan kuesioner pengetahuan tentang sertifikasi halal dan kepuasan konsumen sebagai bahan evaluasi kegiatan. Selanjutnya, data dianalisis menggunakan *Paired Sample Test*. Hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat peningkatan pengetahuan yang signifikan (*p*-value 0,000). Hal ini ditunjukkan dengan rata-rata skor pengetahuan sebelum pelatihan sebesar 3,81 menjadi 6,50 setelah diberikan pelatihan. Selanjutnya, pelaku UMKM mengharapkan ada kegiatan pendampingan pendaftaran sertifikasi halal.

Kata kunci: Sertifikasi Halal, Kepuasan Pelanggan, Bisnis, UMKM

Abstract

MSME actors have limited knowledge in applying for halal certification so that it becomes an obstacle in implementing halal product guarantees in Indonesia. Whereas the halal logo on the packaging has an impact on purchasing decisions and consumer satisfaction. Community service aims to provide training on the importance of halal certification as an effort to increase customer satisfaction for MSME actors. The target of the activity is 26 MSMEs in Surabaya. The method used is lectures and questions and answers followed by distributing knowledge questionnaires about halal certification and consumer satisfaction as material for evaluating activities. Furthermore, the data were analyzed using the *Paired Sample Test*. The results of the analysis showed that there was a significant increase in knowledge (*p*-value 0.000). This is indicated by the average knowledge score before training from 3.81 to 6.50 after being given training. Furthermore, MSME actors expect there are activities to assist in the registration of halal certification.

Keywords: Halal Certification, Customer Satisfaction, Business, MSME

PENDAHULUAN

Usaha Kecil, Mikro, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam peningkatan perekonomian nasional. Diketahui sebanyak 64,2 juta atau 99,9%

unit usaha di Indonesia yaitu UMKM (Dwi Hadya Jayani, 2021). UMKM berkontribusi besar terhadap Produk Domestik Bruto di Indonesia sebesar 61,07% atau sekitar Rp 8.573,89 triliun (Dany Saputra, 2021).

Pertumbuhan UMKM di Indonesia kian meningkat menyebabkan pemerintah menerapkan kebijakan halal berdasarkan Undang Undang No 33 tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal dimana kepemilikan sertifikasi halal yang semula bersifat sukarela (*voluntary*) menjadi wajib (*mandatory*). Peraturan tersebut mulai diberlakukan bagi pelaku usaha dibidang makanan dan minuman yang pada tahun 2024 harus sudah memiliki sertifikasi halal untuk produk yang dijual. Hal tersebut didasari karena Indonesia dengan mayoritas umat muslim. Berdasarkan data *The Royal Islamic Strategic Studies Centre* (RISSC) diketahui bahwa jumlah penduduk Indonesia yang beragama islam sejumlah 231,06 juta orang, hal inilah yang menyebabkan Indonesia disebut sebagai negara populasi muslim terbesar di dunia, akan tetapi proporsi penduduk muslim sebesar 86,7% hingga menyebabkan Indonesia berada dalam posisi ke-35 di dunia (<https://databoks.katadata.co.id/>).

Proses produk halal merupakan bagian kritis dari penentuan kehalalan suatu produk pangan. Menurut UU RI No 34 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, yang dimaksud dengan proses produk halal adalah bagian dari proses kegiatan yang bertujuan untuk menjamin kehalalan suatu produk yang meliputi pembelian bahan baku, penyediaan bahan, proses pengolahan, penyimpanan, pengemasan, pendistribusian, hingga penyajian produk. Mengacu pada definisi tersebut, produk pangan bukan sekedar penggunaan bahan baku yang halal, melainkan rangkaian proses dari penyediaan bahan baku sampai penyajian harus terjamin kehalalannya. Keputusan dari segi hukum yang menjamin bahwa produk tersebut halal dapat dibuktikan dengan sertifikat halal yang diterbitkan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH). Namun

kendala yang terjadi pada UMKM di Indonesia yaitu belum bisa menerapkan kebijakan pemerintah dengan baik karena kurangnya pengetahuan tentang pentingnya sertifikasi halal (Gunawan et al., 2020). Berdasarkan laporan Kemenkeu (2021) diketahui bahwa Indonesia memiliki 65 juta UMKM, tapi hanya 1% atau sekitar 650.000 yang telah memiliki sertifikasi halal. Kurangnya kesadaran UMKM terhadap pengurusan sertifikasi halal ini didasari karena kurangnya sosialisasi dan pemahaman terhadap mekanisme dalam pengajuan sertifikasi halal (Gunawan, 2020).

Sertifikasi halal pada produk dapat meningkatkan kepuasan pelanggan yang bermanfaat bagi peningkatan omzet bisnis. Hal ini didukung oleh penelitian ketua tim pengabdian kepada masyarakat, yang menyatakan bahwa logo halal pada kemasan berpengaruh cukup signifikan terhadap keputusan pembelian. Pencantuman logo halal pada kemasan juga dapat mendorong terbentuknya keputusan pembelian. Sejalan dengan penelitian Oktaniar et al., (2020) menyebutkan bahwa adanya logo halal pada kemasan produk akan berdampak langsung pada kepuasan dan keputusan pembelian, khususnya pada umat muslim. Menurut Lada et al., (2009) penelitian dilakukan pada salah satu perusahaan, diketahui terdapat peningkatan pembelian sebesar 20% setelah melakukan pemasangan logo halal pada kemasan. Ada pengaruh yang signifikan antara logo halal dan kepuasan konsumen (Kurniawati, 2018). Hal ini membuktikan bahwa logo halal menjadi salah satu faktor penting yang akan dipertimbangkan konsumen Ketika membeli suatu produk. Oleh karena itu, workshop kali ini bertujuan untuk memberikan pelatihan tentang pentingnya sertifikasi halal sebagai upaya

peningkatan kepuasan pelanggan bagi pelaku UMKM di Surabaya. Setelah mengikuti kegiatan ini, para pelaku UMKM diharapkan dapat segera mendaftarkan sertifikasi halal pada produk yang dijual sehingga dapat meningkatkan kepercayaan, kepuasan dan penjualan produk.

METODE

Pengabdian masyarakat menggunakan metode ceramah dan tanya jawab. Populasi yang digunakan yaitu pelaku UMKM yang ada di Surabaya, sedangkan peserta kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini sejumlah 26 pelaku UMKM di Surabaya. Konsep kegiatan dalam bentuk workshop atau pelatihan. Pelaksanaan kegiatan pengabdian terbagi menjadi 3 tahapan, yaitu persiapan, pelaksanaan (pelatihan) dan evaluasi kegiatan. Tahap pertama yaitu persiapan yang dimulai dengan *focus group discussion* oleh tim pengabdian terkait konsep kegiatan pengabdian kepada masyarakat, materi dan narasumber kegiatan, dan instrumen yang digunakan untuk evaluasi. Tahap kedua yaitu pelaksanaan kegiatan sebagai inti dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Kegiatan dilakukan di Hotel Grand Mercure Jalan A. Yani No 71, Margorejo, Wonocolo, Surabaya pada hari Selasa-Rabu tanggal 21-22 Desember 2021. Materi yang disampaikan pada kegiatan ini berjudul “Workshop Upaya Peningkatan Kepuasan Pelanggan Bagi Usaha Mikro Kecil Menengah Sebagai bagian Dari *Scale-Up Business* Melalui Pelatihan Sertifikasi Halal” yaitu Penerapan Perizinan Berusaha Berbasis Resiko, Tata Cara Pendaftaran Izin Edar Produk dan Sertifikasi Halal, dan Keuntungan Sertifikasi Halal untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan. Pada saat kegiatan berlangsung, peserta diberikan buku panduan sertifikasi halal yang berisi tentang dokumen yang diperlukan untuk pendaftaran izin edar SPP-IRT dan pendaftaran izin edar produk Makanan

Dalam Negeri (MD) dan Makanan Luar Negeri (ML) yang dikeluarkan oleh BPOM beserta dasar hukum serta regulasinya, dan regulasi sertifikasi halal maupun dokumen dan tata cara pendaftaran sertifikasi halal yang diterbitkan oleh BPJPH. Tahap ketiga yaitu evaluasi pengetahuan dan evaluasi kegiatan, instrumen yang digunakan untuk evaluasi pengetahuan peserta yaitu kuesioner terkait pengetahuan sertifikasi halal dan kepuasan pelanggan dengan 10 pertanyaan bentuk *multiple choice* yang terbagi dalam 5 pertanyaan tentang sertifikasi halal dan 5 pertanyaan terkait kepuasan konsumen. Peserta diberikan kuesioner pengetahuan tentang sertifikasi halal dan kepuasan pelanggan pada awal (*pretest*) dan akhir kegiatan pelatihan (*posttest*). Hasil kuesioner kemudian direkap dan dianalisis menggunakan *Paired Sample Test*. Hasil tersebut dinyatakan signifikan apabila *pvalue* < 0,05. sedangkan evaluasi kegiatan, dilakukan pada akhir sesi pelatihan, indikator yang diberikan yaitu pada penilaian acara dan kepuasan terhadap jalannya acara. Kuesioner menggunakan skala likert 1-5. Penilaian evaluasi terhadap kepuasan acara meliputi acara bermanfaat, materi yang diberikan bermanfaat, materi dipaparkan dengan jelas dan runtut, narasumber menjelaskan dengan baik, dan narasumber memiliki kredibilitas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelatihan Sertifikasi Halal telah diikuti oleh 26 orang yang merupakan pelaku UMKM di Surabaya yang berasal dari pondok pesantren maupun umum. Produk yang dimiliki oleh peserta antara lain yaitu keripik buah, sambal pecel, kue kering, *catering*, dll. Peserta sangat antusias selama kegiatan berlangsung, terjadi diskusi dan tanya jawab setelah pemaparan yang diberikan. Sebelum pemaparan materi yang pertama, peserta diberikan kuesioner *pretest* dan diminta mengisi kuesioner tersebut guna mengevaluasi pengetahuan terkait materi yang nantinya akan diberikan kepada

peserta.

Materi pertama yang disampaikan yaitu penerapan perizinan berusaha berbasis resiko yang ada pada Peraturan Pemerintah No 5 Tahun 2021. Pada kesempatan ini dibahas tentang syarat dokumen untuk pendaftaran NIB, manfaat memiliki NIB. Selain itu, dijelaskan pula mekanisme pengajuan NIB pada tahun sebelumnya dan pengajuan NIB yang berlaku saat ini. NIB merupakan dokumen penting yang harus dimiliki oleh pelaku usaha. Salah satu manfaat dari memiliki NIB ini sebagai syarat awal untuk pelaku usaha dapat mendaftarkan izin edar produk dan sertifikasi halal.

Gambar 1.
Pemaparan Materi Pendaftaran NIB



Materi kedua yaitu tata cara pendaftaran izin edar produk dan sertifikasi halal. Pokok bahasan yang disampaikan yaitu tata cara pendaftaran SPP-IRT, tata cara pendaftaran izin edar BPOM, regulasi sertifikasi halal di Indonesia, dan tata cara pendaftaran sertifikasi halal. Terdapat regulasi terbaru yang berlaku akibat adanya Undang Undang Cipta Kerja dan berlakunya PP No 5 Tahun 2021 yang pada dasarnya memudahkan para pelaku usaha untuk memiliki izin edar produk dan sertifikasi halal. Perubahan regulasi juga berlaku untuk sertifikasi halal, dimana yang semula pendaftaran dilakukan melalui LPPOM MUI, namun saat ini pendaftaran sertifikasi halal dilakukan oleh BPJPH yang berada di bawah Kementerian Agama Republik Indonesia.

Gambar 2.
Pemaparan Materi Sertifikasi Halal



Materi ketiga tentang keuntungan sertifikasi halal untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Materi yang disampaikan antara lain yaitu dampak pemasaran oleh adanya sertifikasi halal, cara mengukur kepuasan pelanggan, kesadaran konsumen terhadap produk halal, dan manfaat sertifikasi halal bagi produsen.

Gambar 3.
Situasi Workshop



Setelah pemaparan materi yang ketiga, dilanjutkan evaluasi kegiatan dengan membagikan kuesioner *posttest*. Berdasarkan hasil evaluasi tersebut, dari semua peserta pelatihan diketahui telah memiliki pengetahuan tentang sertifikasi halal dan kepuasan konsumen yang meningkat dari sebelumnya. Rata-rata skor sebelum diberikan materi yaitu 3,81 kemudian meningkat menjadi 6,50 setelah diberikan materi, dengan hasil yang signifikan (*pvalue* 0,000) setelah dilakukan analisis data menggunakan uji *Paired Sample Test*.

Tabel 1.
Skor Pengetahuan
Sertifikasi Halal dan Kepuasan Pelanggan

Indikator	N	Mean ± SD	p-value
Pretest	26	3,81 ± 1,767	0,000
Posttest	26	6,50 ± 2,045	

Hasil yang signifikan ini sama halnya dengan kegiatan yang dilakukan oleh (Putri et al., (2020) dan Tariqul & Putri, (2021) dimana edukasi melalui audio visual pada kelompok yang diedukasi dengan media poster dan diskusi juga kelompok yang diedukasi dengan media video terjadi peningkatan terkait pengetahuan pangan halal pada siswa di SMA. Sejalan dengan edukasi yang diberikan pada siswa SMA Muhammadiyah 23 Jakarta melalui video tentang pemahaman halal dan perilaku sadar halal yang meningkat cukup signifikan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa edukasi maupun sosialisasi terkait produk halal diperlukan untuk membentuk sikap dan perilaku sadar halal bagi generasi muda (Permanasari & Nugrahaeni, 2021).

Perilaku konsumsi pangan halal dapat ditingkatkan dengan cara mencantumkan logo halal pada kemasan produk pangan. Logo halal merupakan metode pemasaran yang inovatif saat ini karena berpotensi untuk menarik dan meyakinkan konsumen dari segi kesehatan, keselamatan, dan kualitas kesehatan (Anam et al., 2018). Sesuai dengan hasil penelitian Lada et al., (2009) pada suatu perusahaan yang melakukan pemasangan logo halal, diketahui mengalami peningkatan penjualan sebesar 20%. Hal ini membuktikan bahwa ada pengaruh dari pemasangan logo halal, konsumen akan memperhatikan logo halal ketika akan mengkonsumsi suatu barang. Logo halal ini pula yang memberikan kepastian dan perlindungan hukum terhadap konsumen, maka logo halal merupakan bukti keyakinan bahwa suatu produk layak untuk dipasarkan dan dikonsumsi terutama untuk umat muslim.

Selain melakukan evaluasi terhadap pengetahuan dari peserta terkait sertifikasi halal dan kepuasan pelanggan, tim pengabdian kepada masyarakat juga melakukan evaluasi terhadap jalannya kegiatan pelatihan sertifikasi halal. Evaluasi dilakukan dengan membagikan kuesioner kepada peserta saat kegiatan telah selesai dilaksanakan. Indikator yang digunakan yaitu penilaian acara dan kepuasan. Pada indikator penilaian acara, beberapa pertanyaan yang diberikan meliputi acara bermanfaat, materi yang diberikan bermanfaat, materi dipaparkan dengan jelas dan runtut, narasumber menjelaskan dengan baik, dan narasumber memiliki kredibilitas.

Tabel 2.
Indikator Penilaian Acara

Indikator Penilaian Acara	Mean
Acara bermanfaat	4,24
Materi yang diberikan bermanfaat	4,05
Materi dipaparkan dengan jelas dan runtut	4,05
Narasumber menjelaskan dengan baik	4,03
Narasumber memiliki kredibilitas	4,00

Berdasarkan hasil *mean*/ rata-rata indikator penilaian acara pada Tabel 2, diketahui bahwa nilai rata – rata yang memiliki nilai tertinggi yaitu kebermanfaatan acara dengan nilai rata – rata 4,24, yang berarti bahwa peserta merasa bahwa pelatihan sertifikasi halal yang diberikan dapat memberikan manfaat yang nyata bagi pelaku UMKM karena menambah wawasan dan pengetahuan mengenai NIB, Izin edar dan Sertifikasi Halal serta Keuntungan Sertifikasi Halal bagi kepuasan konsumen. Selain itu materi yang bermanfaat dan dijelaskan dengan runtut memiliki nilai rata – rata 4,05. Hal ini membuktikan bahwa materi yang diperoleh selama pelatihan berlangsung dapat diterima dan dipahami dengan baik oleh para peserta. Materi yang diberikan oleh narasumber merupakan regulasi terbaru yang belum

pernah diketahui oleh pelaku UMKM sebelumnya, sehingga peserta merasa ilmu baru yang diperoleh bermanfaat untuk usahanya.

Hasil evaluasi dari kegiatan pengabdian masyarakat kali ini sejalan dengan kegiatan yang dilakukan oleh (Putri et al., 2020), dimana kegiatan webinar tentang sertifikasi halal diberikan kepada pelaku umkm, hasilnya seluruh peserta (100%) webinar merasa puas dan telah memahami materi yang disampaikan oleh semua pemateri dengan baik.

Tabel 3.
Indikator Kepuasan

Indikator kepuasan	Mean
Puas terhadap acara yang diselenggarakan	4.39
Puas terhadap materi yang dipaparkan	4.05
Puas terhadap keseluruhan materi yang dijelaskan	4.26
Puas dengan penyampaian narasumber	4.03
Puas terhadap kejelasan materi yang disampaikan oleh pemateri	4.21

Berdasarkan nilai mean pada indikator kepuasan Tabel 3, diketahui bahwa kategori dengan rata-rata tertinggi berada pada indikator puas terhadap acara yang diselenggarakan dengan nilai 4,39. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh peserta merasa puas terhadap acara yang diselenggarakan. Selanjutnya, indikator puas terhadap keseluruhan materi yang dijelaskan juga memiliki skor rata-rata yang cukup tinggi sekitar 4,26. Hal ini menjelaskan bahwa materi yang diberikan pada pelatihan ini telah sesuai dengan yang dibutuhkan oleh pelaku UMKM saat ini.

Berikut ini merupakan testimoni dari peserta kegiatan pengabdian masyarakat:

“Acara hari ini sangat menarik dan sangat bermanfaat bagi kami UMKM, karena sertifikasi halal ini merupakan

titik kritis perijinan yang sangat dibutuhkan oleh UMKM. Adanya pelatihan ini, saya jadi mengetahui prosedur dan berkas apa saja sih yang harus disiapkan untuk mengurus sertifikasi halal. Sertifikasi halal ini sangat penting bagi produk makanan dan minuman yang harus disiapkan oleh UMKM karena merupakan persyaratan untuk masuk ke retail atau memperluas pasar. Harapannya setelah mengikuti pelatihan ini, ada WA group khusus dan pendampingan sebagai kegiatan lanjutan dari kegiatan hari ini. Karena di UMKM banyak emak-emak yang gptek sedangkan sekarang pengurusan sertifikasi halal semuanya serba online dan berkas yang siapkan lumayan banyak. Selain itu kita juga harus menyiapkan alur produksi itu tidak semua UMKM bisa membuat seperti itu.” -Pemilik UMKM Bumbu

Rujak Manis Cak Mimin-

Sedangkan testimoni lain dari peserta adalah sebagai berikut:

“Alhamdulillah ya acaranya sangat bagus sekali. Selain kita diberikan edukasi dan sosialisasi halal bagi para UMKM. Sertifikasi halal sangatlah penting karena memberikan rasa nyaman pada pelanggan”.

Adapun harapan dari Sebagian besar peserta yaitu pelatihan sertifikasi halal tidak berhenti hanya sekali diberikan. Namun dapat berlanjut pada pendampingan pendaftaran hingga terbitnya sertifikasi halal dari produk milik pelaku UMKM. Hubungan antara sertifikasi halal dan kepuasan dipengaruhi banyak faktor yang digunakan sebagai indikator yang mendukung seseorang dalam membuat keputusan untuk membeli suatu produk hingga tercipta kepuasan pelanggan dari produk yang dibelinya. Hal ini tentunya didukung dalam penelitian (Bashir, 2019; Puspita dan Risna, 2020) yang menjelaskan bahwa pencantuman logo sertifikasi halal yang ada di kemasan dapat menarik

perhatian konsumen sehingga mereka memilih untuk melakukan pembelian produk yang telah memiliki sertifikasi halal. Hal serupa dijelaskan dalam penelitian (Untari & Safira, 2020) yang menjelaskan bahwa perilaku konsumen yang dapat meningkatkan niat pembelian salah satunya adalah logo halal dan packaging, utari & Safira (2020) juga menjelaskan bahwa saat ini yang memperhatikan logo halal pada produk tidak hanya umat muslim saja, melainkan banyak umat non muslim yang tertarik dengan produk halal dikarenakan produk yang memiliki sertifikasi halal dinyatakan aman.

Menurut Putra & Kusumadewi (2019) selain logo halal terdapat hal lain yang dapat meningkatkan niat pembelian seperti kepuasan pelanggan. UMKM tidak hanya berfokus pada sertifikasi halal, akan tetapi UMKM juga harus fokus pada produk sehingga konsumen puas terhadap produk yang ditawarkan. Berdasarkan penelitian Syahputra (2020) adanya logo halal saat ini menjadi perhatian konsumen dikarenakan produk halal dijamin memiliki keamanan. Keamanan yang dijanjikan pada produk yang memiliki sertifikasi halal membuat persepsi konsumen menjadi positif tentang produk dengan logo halal sehingga konsumen puas dengan produk bersertifikasi halal. Hal ini didukung dalam penelitian Ihsan (2021); Sucipto (2022) yang menjelaskan bahwa terhadap hubungan positif dan signifikan antara adanya labelisasi halal terhadap kepuasan konsumen. Pada penelitian yang dilakukan oleh (Chu & Zhang (2016); Maharsi et al., (2021); Tudoran et al., (2012) juga menjelaskan bahwa kepuasan yang dirasakan konsumen dapat meningkatkan niat pembelian.

KESIMPULAN

Workshop berjudul Upaya Peningkatan Kepuasan Pelanggan Bagi Usaha Mikro Kecil Menengah Sebagai Bagian Dari *Scale-Up Business* Melalui Pelatihan Sertifikasi Halal dengan metode ceramah dan tanya jawab telah dilaksanakan dengan baik. Kegiatan ini mampu

meningkatkan pengetahuan para pelaku UMKM tentang tata cara pendaftaran NIB, ijin produk dan sertifikasi halal serta keuntungan memiliki sertifikat halal terhadap kepuasan konsumen dengan rata-rata skor yang semula 3,81 menjadi 6,50 setelah diberikan pelatihan (pvalue 0,000).

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pengabdian masyarakat berterima kasih kepada Direktorat Jendral Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi atas bantuan pendanaan Program Penelitian Kebijakan Belajar Kampus Merdeka dan Pengabdian Masyarakat kepada LPPM Universitas Nahdlatul Ulama Surabaya sehingga kegiatan ini dapat dilaksanakan dengan baik dan bermanfaat bagi UMKM di Surabaya.

DAFTAR PUSTAKA

- Anam, J., Sany Sanuri, B. M. M., & Ismail, B. L. O. (2018). Conceptualizing the relation between halal logo, perceived product quality and the role of consumer knowledge. *Journal of Islamic Marketing*, 9(4), 727–746.
- Bashir, A. M. (2019). Effect of halal awareness, halal logo and attitude on foreign consumers' purchase intention. *British Food Journal*, 121(9), 1998–2015.
<https://doi.org/10.1108/BFJ-01-2019-0011>
- Chu, F., & Zhang, X. (2016). Satisfaction, trust and online purchase intention: A study of consumer perceptions. *2016 International Conference on Logistics, Informatics and Service Sciences (LISS)*, 1–4.
<https://doi.org/10.1109/LISS.2016.7854436>
- Dany Saputra. (2021, May 5). *Bukan Main! Menko Airlangga Ungkap Kontribusi*

- UMKM Rp8.573 Triliun Terhadap PDB RI. *Ekonomi.Bisnis.Com*.
- Dwi Hadya Jayani. (2021, August 13). *Kontribusi UMKM terhadap Ekonomi Terus Meningkat*. Databoks.Katadata.Co.Id.
- Gunawan, S., Darmawan, R., Juwari, J., Qadariyah, L., Wirawasista, H., Firmansyah, A. R., Hikam, M. A., Purwaningsih, I., & Ardhilla, M. F. (2020). Pendampingan Produk UMKM di Sukolilo menuju Sertifikasi Halalan Thayyiban. *SEWAGATI*, 4(1), 14. <https://doi.org/10.12962/j26139960.v4i1.6446>
- Ihsan, A. K. (2021). *ANALISIS PENGARUH PERSEPSI LOGO HALAL, KEPRIBADIAN RELIGIUS DAN FAKTOR SOSIAL TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MAKANAN BEKU (Studi Kasus Masyarakat Surakarta)*.
- Kurniawati, L. (2018). *Pengaruh Label Halal Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Kosmetik Wardah Pada Mahasiswa Fakultas Syariah Jurusan Muamalah Iain Ponorogo* [Skripsi]. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo.
- Lada, S., Harvey, G., & Amin. (2009). Predicting Intention to Choose Halal Products Using Theory of Reasoned Action. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 2(1), 66–67.
- Maharsi, A. R., Njotoprajitno, R. S., Hadianto, B., & Wiraatmaja, J. (2021). The Effect of Service Quality and Customer Satisfaction on Purchasing Intention: A Case Study in Indonesia. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(4), 475–482. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no4.0475>
- Oktaniar, F., Listyaningsih, E., & Purwanto, B. (2020). The Effect of Halal Labeling, Advertisement Creativity and Lifestyle on Purchase Decisions of Wardah Products (Case Study of Students of Universitas Malahayati). *KnE Social Sciences*, 692–700.
- Permanasari, E. D., & Nugrahaeni, F. (2021). Pembangunan Perilaku Sadar Halal Generasi Muda Melalui Edukasi dan Sosialisasi Halal Tingkat SMA Kota Jakarta Timur. *Prosiding Seminar Nasional Abdimasmu*, 2(1), 87–89.
- Puspita Sunaryo Risna Wijayanti, W. A. (2020). THE EFFECTS BETWEEN RELIGIOUS BELIEF, HALAL LOGO, AND HALAL PRODUCT KNOWLEDGE ON PURCHASE INTENTION MEDIATED BY HALAL AWARENESS (STUDY ON CONSUMERS OF BEVERAGE FRANCHISE PRODUCTS IN MALANG). *South East Asia Journal of Contemporary Business, Economics and Law*, 21.
- Putra P, I. B. P., & Kusumadewi, N. M. W. (2019). PENGARUH INOVASI PRODUK TERHADAP NIAT PEMBELIAN DIMEDIASI OLEH KEPUASAN KONSUMEN. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(8), 4983. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i08.p10>
- Putri, E. B. P., Mardhotillah, R. R., & Wulan, T. D. (2020). Pemanfaatan Web Seminar (Webinar) sebagai Media Informasi Sertifikasi Halal Bagi Pelaku Usaha Mikro, Kecil dan

Menengah (UMKM). *Prosiding SEMADIF*.

- Sucipto. (2022). Pengaruh keberadaan logo halal dan kualitas keripik tempe terhadap keputusan pembelian konsumen. *Jurnal Teknologi Dan Industri Hasil Petanian*, 26(1).
- Syahputra Haroni Doli Hamoraon, A. (2020). *PENGARUH LABELISASI HALAL TERHADAP KEPUTUSAN MASYARAKAT KECAMATAN PERBAUNGAN DALAM PEMBELIAN PRODUK MAKANAN DALAM KEMASAN*.
- Tariqul, S., & Putri, E. B. P. (2021). Pengaruh Pemberian Edukasi Audio Visual Terhadap Pengetahuan Pangan Halal di SMA Hang Tuah 2 Sidoarjo. *Halal Research Journal*, 1(2), 96–102. <https://doi.org/10.12962/j22759970.v1i2.115>
- Tudoran, A. A., Olsen, S. O., & Dopico, D. C. (2012). Satisfaction strength and intention to purchase a new product. *Journal of Consumer Behaviour*, 11(5), 391–405. <https://doi.org/10.1002/cb.1384>
- Untari, A., & Safira, A. (2020). DETERMINANTS OF NON-MUSLIM CONSUMERS' PURCHASE BEHAVIOR TOWARD HALAL PACKAGED FOOD. In *ASEAN Marketing Journal* • (Vol. 1, Issue 1).