

Nomor Daftar: 29/S/KWU/27/VIII/2025

**PENGARUH SOSIALISASI *SELF-DECLARE* TERHADAP KEPUTUSAN
SERTIFIKASI HALAL PADA PELAKU UMK KOTA TASIKMALAYA**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana
Bisnis (S.Bns).

Oleh:
Muhammad Ikhwan
2104266

**PROGRAM STUDI KEWIRAUSAHAAN
KAMPUS TASIKMALAYA
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
2025**

**PENGARUH SOSIALISASI *SELF-DECLARE* TERHADAP KEPUTUSAN
SERTIFIKASI HALAL PADA PELAKU UMK KOTA TASIKMALAYA**

Oleh:

Muhammad Ikhwan

2104266

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Bisnis**

©Muhammad Ikhwan

Universitas Pendidikan Indonesia

Hak Cipta dilindungi undang-undang,

Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian,

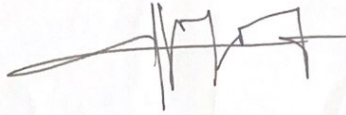
Dengan dicetak ulang, di *photocopy*, atau cara lain tanpa izin dari penulis

MUHAMMAD IKHWAN

LEMBAR PENGESAHAN

MUHAMMAD IKHWAN
PENGARUH SOSIALISASI *SELF-DECLARE* TERHADAP KEPUTUSAN
SERTIFIKASI HALAL PADA UMK KOTA TASIKMALAYA

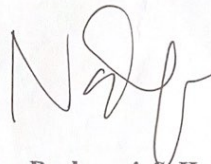
Disetujui dan disahkan oleh:
Pembimbing I



Dr. Nandang, S.A.P., M.A.P.

NIP 196507041987031003

Pembimbing II



Nizza Nadya Rachmani, S. Hut., M.M.

NIP 920200419920802201

Mengetahui,
Ketua Program Studi Kewirausahaan



Azizah Fauziah, S.Pd., M.Pd.

NIP 920171219910820201

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh rendahnya tingkat partisipasi pelaku UMK Kota Tasikmalaya dalam melakukan sertifikasi halal, meskipun pemerintah telah menyediakan skema *self-declare* untuk mempermudah prosesnya. Sosialisasi program ini dinilai belum optimal, sehingga banyak pelaku usaha yang belum memahami prosedur, manfaat, dan urgensi sertifikasi halal. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh sosialisasi *self-declare* terhadap keputusan sertifikasi halal pada pelaku UMK Kota Tasikmalaya. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif dan verifikatif. Populasi penelitian adalah pelaku UMK yang belum memiliki sertifikasi halal dan memenuhi kriteria *self-declare* di Kota Tasikmalaya, dengan jumlah sampel 100 responden yang diperoleh melalui teknik *convenience sampling*. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner skala Likert, kemudian dianalisis menggunakan analisis deskriptif, uji asumsi klasik, regresi linier sederhana, uji t, dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sosialisasi *self-declare* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan sertifikasi halal. Nilai koefisien determinasi (R^2) menunjukkan kontribusi yang cukup besar yaitu 67%. Sisanya, sebesar 33% dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar penelitian ini, seperti pemahaman, kesadaran halal, dan persepsi. Semakin meningkatnya sosialisasi *self-declare* yang dilakukan, semakin tinggi kecenderungan pelaku UMK untuk memutuskan sertifikasi halal. Hasil penelitian ini diharapkan menjadi acuan dalam meningkatkan pemahaman serta partisipasi sertifikasi halal melalui metode sosialisasi yang tepat.

Kata kunci: Keputusan Sertifikasi Halal, Sosialisasi *Self-Declare*, UMK

ABSTRACT

This research was based on the low level of participation of MSME actors in Tasikmalaya City in conducting halal certification, even though the government has provided a self-declare scheme to simplify the process. The dissemination of this program is considered to be less than optimal, so that many business actors do not yet understand the procedures, benefits, and urgency of halal certification. This research aims to determine the influence of self-declare socialization on halal certification decisions among SME operators in Tasikmalaya City. The research method used was a quantitative approach with a descriptive and verifiable research type. The research population was MSME actors who did not yet have halal certification and met the self-declare criteria in Tasikmalaya City, with a sample size of 100 respondents obtained through convenience sampling. Data were collected using a Likert scale questionnaire, then analyzed using descriptive analysis, classical assumption tests, simple linear regression tests, t-tests, and determination coefficients. The results of the study indicate that self-declare socialization has a positive and significant effect on halal certification decisions. The coefficient of determination (R^2) value shows a significant contribution of 67%. The remaining 33% is explained by factors outside the scope of this study, such as understanding, halal awareness, and perception. The more self-declare socialization is conducted, the higher the tendency for SME actors to decide on halal certification. The results of this study are expected to serve as a reference for improving understanding and participation in halal certification through appropriate socialization methods.

Keywords: *Decision Halal Certification, SMEs , Socialization Self-Declare*

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN ORSINILITAS KARYA	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	7
2.1 Kajian Pustaka	7
2.1.1 Pengambilan Keputusan	7
2.1.2 Sertifikasi Halal	11
2.1.3 Sosialisasi.....	12
2.1.4 <i>Self-Declare</i>	16
2.2 Penelitian Terdahulu	18
2.3 Kerangka Berpikir	24
2.4 Hipotesis Penelitian.....	28
BAB III METODE PENELITIAN	29
3.1 Objek Penelitian	29
3.2 Metode dan Desain Penelitian	29
3.2.1 Metode	29
3.2.2 Desain Penelitian	30
3.3 Operasional Variabel	32
3.4 Sumber Data dan Alat Pengumpul Data.....	43

3.4.1 Sumber Data	43
3.4.2 Alat Pengumpul Data	44
3.5 Populasi, Sampel, Teknik Pengambilan Sampel	45
3.5.1 Populasi.....	45
3.5.2 Sampel	45
3.5.2 Teknik Pengambilan Sampel.....	46
3.6 Uji Instrumen Penelitian.....	46
3.6.1 Uji Validitas	46
3.6.2 Uji Reliabilitas	46
3.7 Uji Pengolahan Data.....	47
3.7.1 Statistika Deskriptif	47
3.7.2 Uji Asumsi Klasik.....	48
3.8 Uji Hipotesis.....	50
3.8.1 Uji Statistik T.....	50
3.8.2 Uji Koefisien Determinasi	50
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	51
4.1 Hasil Uji Instrumen Penelitian	51
4.1.1 Uji Validitas	51
4.1.2 Uji Reliabilitas	52
4.2 Hasil Penelitian.....	53
4.2.3 Uji Asumsi Klasik.....	55
4.3 Uji Hipotesis.....	59
4.3.1 Uji t	59
4.3.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	60
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian.....	60
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	64
5.1 Kesimpulan.....	64
5.2 Implikasi	65
5.2.1 Implikasi Teoritis	65
5.2.2 Implikasi Praktis	65
5.3 Saran	66
DAFTAR PUSTAKA.....	68
LAMPIRAN.....	74
RIWAYAT HIDUP.....	117

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Jumlah UMK Kota Tasikmalaya Mengikuti Sosialisasi <i>Self-Declare</i> 2024	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	18
Tabel 3.1 Operasional Variabel Penelitian	31
Tabel 3.2 Skala Pengukuran	44
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian	50
Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian	51
Tabel 4.3 Data Statistik Deskriptif Dimensi Variabel Sosialisasi Self-Declare (X)	52
Tabel 4.4 Data Statistik Deskriptif Dimensi Variabel Keputusan Sertifikasi Halal	53
Tabel 4.5 Hasil Uji Normalitas	56
Tabel 4.6 Uji Linieritas	56
Tabel 4.7 Hasil Uji Heteroskedastisitas	57
Tabel 4.8 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana	57
Tabel 4.9 Hasil Uji Hipotesis (t)	58
Tabel 4.10 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²)	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Perbandingan Jumlah UMKM dan UMKM Sertifikasi Halal di Kota Tasikmalaya 2024.....	2
Gambar 2.1 Label Makanan Mengandung Babi	11
Gambar 2.2 Kerangka Berpikir	28
Gambar 2.3 Paradigma Penelitian.....	28
Gambar 3.1 Bagan Desain Penelitian.....	30
Gambar 4. 1 Hasil Uji Normalitas Histogram.....	56

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Keputusan Pembimbing	74
Lampiran 2. Permintaan Data DISKOMINFO Kota Tasikmalaya	75
Lampiran 3. Surat Izin Penelitian.....	77
Lampiran 4. Transkrip Wawancara Pra Penelitian	78
Lampiran 5. Foto Saat Wawancara Dengan LP3H Galunggung.....	92
Lampiran 6. Surat Tugas Sosialisasi	93
Lampiran 7. Brosur Sosialisasi	94
Lampiran 8. Dokumentasi Sosialisasi UMKM	95
Lampiran 9. Dokumentasi Pengisian Kuesioner Oleh UMKM	96
Lampiran 10. Kuesioner Penelitian.....	97
Lampiran 11. Hasil Uji Validitas	103
Lampiran 12. Hasil Uji Reliabilitas	106
Lampiran 13. Hasil Tabulasi Data.....	107
Lampiran 14. Hasil Uji Asumsi Klasik	114
Lampiran 15. Hasil Uji Analisis Regresi Sederhana, Uji T, dan Uji Koefisien Determinasi (R ²)	116

DAFTAR PUSTAKA

- Adhetia, P. A., Kusumadinata, A. A., & Muhammad, L. (2025). Pengaruh Akun @Daddiesgolfers sebagai Opinion Leader terhadap Pembentukan Minat Olahraga Golf di Rainbow Hills. *Indonesian Research Journal on Education*, 5(2023), 2574–2580. <https://irje.org/index.php/irje>
- Anas, N., & Sapri, S. (2022). Komunikasi Antara Kognitif dan Kemampuan Berbahasa. *EUNOIA (Jurnal Pendidikan Bahasa Indonesia)*, 1(1), 1. <https://doi.org/10.30821/eunoia.v1i1.997>
- Arikunto, S. (2019). *Prosedur Penelitian*. Rineka Cipta.
- Asrulla, R., Jailani, M. S., & Jeka, F. (2023). Populasi dan sampling (kuantitatif), serta pemilihan informan kunci (kualitatif) dalam pendekatan praktis. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 26320–26332.
- Baedhowi, B., & Totalia, S. A. (2013). Pengaruh Promotional Mix Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Pada Masyarakat Kecamatan Jebres Surakarta. *Jurnal Pendidikan Bisnis Dan Ekonomi (BISE)*, 1(1).
- BPJPH. (2022). *Sertifikasi Halal*. Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal. Diakses dari <https://bpjph.halal.go.id/detail/sertifikasi-halal%0A>
- BPS. (2024). *Jumlah penduduk pertengahan tahun (ribu jiwa)*. Diakses dari <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/MTk3NSMy/jumlah-penduduk-pertengahan-tahun--ribu-jiwa-.html>
- Bungin, B. (2020). *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi: Format Kuantitatif dan Kualitatif*. Kencana.
- Castaneda, D. I., & Cuellar, S. (2020). Knowledge sharing and innovation: A systematic review. *Knowledge and Process Management*, 27(3), 159–173. <https://doi.org/10.1002/kpm.1637>
- CNBC. (2024). Alasan Kemenkop UKM Minta Sertifikasi Halal UMKM 2024 Ditunda. *CNBC INDONESIA*. Diakses dari <https://www.cnbcindonesia.com/news/20240308201340-8-520912/alasan-kemenkop-ukm-minta-sertifikasi-halal-umkm-2024-ditunda>
- Dailey, R. M. (2023). Confirmation in personal relationships. *Current Opinion in Psychology*, 52, 101593. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2023.101593>
- Devi, S. (2020). *Pengaruh Edukasi Dan Sosialisasi Sistem Jaminan Produk Halal Terhadap Kesiapan Pendaftaran Sertifikasi Halal IKM Di Kabupaten Ponorogo*. (Skripsi). Institut Agama Islam Negeri Ponorogo. <https://etheses.iainponorogo.ac.id/11629/1/SKRIPSI SELFIANA DEVI.pdf>
- Eisend, M., & Tarrahi, F. (2022). Persuasion Knowledge in the Marketplace: A Meta-Analysis. *Journal of Consumer Psychology*, 32(1), 3–22. <https://doi.org/10.1002/jcpy.1258>
- El-Saha, M. I. (2024). *Self Declare Halal dan Label “No Pork No Lard*. Kemenag.Go.Id. <https://kemenag.go.id/kolom/self-declare-halal-dan-label-no-pork-no-lard-iFqBv#:~:text=Self declare halal merupakan skema sertifikasi halal yang,itu tidak otomatis menjamin suatu produk benar-benar>

Muhammad Ikhwan, 2025

PENGARUH SOSIALISASI SELF-DECLARE TERHADAP KEPUTUSAN SERTIFIKASI HALAL PADA PELAKU UMK KOTA TASIKMALAYA

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

halal.

- Elyas, A. H., Iskandar, E., & Suardi, S. (2020). Inovasi model sosialisasi peran serta masyarakat kecamatan hamparan perak dalam pemilu. *Jurnal.Dharmawangsa.Ac.Id*, 14(1).
<https://doi.org/https://doi.org/10.46576/wdw.v14i1.548>
- Fakhreddin, F., & Foroudi, P. (2022). Instagram Influencers: The Role of Opinion Leadership in Consumers' Purchase Behavior. *Journal of Promotion Management*, 28(6), 795–825.
<https://doi.org/10.1080/10496491.2021.2015515>
- Fraenkel, J. R., Wallen, N. E., & Hyun, H. H. (2012). *How to Design and Evaluate Research in Education* (8th ed.). McGraw-Hill.
https://www.researchgate.net/publication/265086460_How_to_Design_and_Evaluate_Research_in_Education
- Fuhse, J. (2021). *Social Networks of Meaning and Communication*. Oxford University Press. <https://books.google.co.id/books?id=oA9tzgEACAAJ>
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 26*. (10th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Grothe-Hammer, M., & Berkowitz, H. (2024). Unpacking Social Order: Toward a Novel Framework That Goes Beyond Organizations, Institutions, and Networks. *Critical Sociology*, 50(7–8), 1399–1420.
<https://doi.org/10.1177/08969205241232411>
- Hardjana, A. M. (2010). *Komunikasi: Teori dan Praktek*. Kanisius.
- Hasan, M. R., & Abd Latif, M. S. (2024). Towards a Holistic Halal Certification Self-Declare System: An Analysis of Maqasid al-Shari'ah-Based Approaches in Indonesia and Malaysia. *Mazahib*, 23(1), 41–78.
<https://doi.org/10.21093/mj.v23i1.6529>
- Hasanah, S., Hasanah, Q., Hurwanani, D., Syarifatul Azizah, Z., Firmansyah, A. R., & Mu'alimin. (2025). Pengambilan Keputusan: Konsep, Proses, dan Faktor yang Mempengaruhi. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis (JEMB)*, 2 IS 5, 315–321.
<https://jurnalistiqomah.org/index.php/jemb/article/view/4763>
- Haspramudilla. (2022). Siap Jadi Pusat Halal Dunia, Ini Strategi Indonesia. In *Media Keuangan*. Diakses dari <https://mediakeuangan.kemenkeu.go.id/article/show/siap-jadi-pusat-halal-dunia-ini-strategi-indonesia>
- Isabella, A. A., & Sari, P. N. (2023). The Effectiveness of Free Halal Certification Services Through the Scheme Self Declare for SMEs in Lampung Province. *International Journal of Economics (IJE)*, 2(2), 532–540.
<https://doi.org/10.55299/ijec.v2i2.562>
- Jaweda, P. M. C., & Darmawan, D. (2024). Analisis Pengaruh Produk Halal terhadap Loyalitas Pelanggan di Industri Makanan. *Cross-Border Journal of Business Management*, 4(2), 16–27.
<https://journal.iaisambas.ac.id/index.php/cbjbm/article/view/3112>
- KADIN. (2023). *UMKM Indonesia*. Kadin.Id. Diakses dari <https://kadin.id/data-dan-statistik/umkm-indonesia/>

Muhammad Ikhwan, 2025

PENGARUH SOSIALISASI SELF-DECLARE TERHADAP KEPUTUSAN SERTIFIKASI HALAL PADA PELAKU UMK KOTA TASIKMALAYA

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- Larasati, A., & Yasin, A. (2024). Analisis Faktor-faktor yang Memengaruhi Minat Sertifikasi Halal pada Pelaku UMKM di Jawa Timur. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(4), 3905–3923. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i4.748>
- Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (1996). Clarifying the Entrepreneurial Orientation Construct and Linking It To Performance. *The Academy of Management Review*, 21(1), 135–172. <https://doi.org/10.2307/258632>
- Mailin, M., Rambe, G., Ar-Ridho, A., & Candra, C. (2022). Teori media/teori difusi inovasi. *JGK (Jurnal Guru Kita)*, 6(2), 168–168.
- Maulidia, R., Wildan, A., & Guntari, G. (2023). Analisis Minat UMK di Pasar Kuliner Alun-Alun Dadaha Tasikmalaya Terhadap Program Sertifikasi Halal Gratis Self Declare. *LABATILA: Jurnal Ilmu Ekonomi Islam*, 7(02), 149–168. <https://doi.org/10.33507/lab.v7i02.1751>
- Mead, G. H. (1934). *Mind, self and society: From the standpoint of a social behaviorist*. University of Chicago Press.
- Meirahmawati, V. N., Shodiqin, D. H., & Nur, S. K. (2025). Pengaruh Religiusitas, Pengetahuan, Dan Halal Awareness Terhadap Keputusan Pelaku UMKM Dalam Mendaftarkan Sertifikasi Halal Di Desa Dukuhdempok. *At-Tasharruf: Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis Syariah*, 7(1), 16–24.
- Memon, M. A., Ting, H., Cheah, J.-H., Thurasamy, R., Chuah, F., & Cham, T. H. (2020). Sample size for survey research: Review and recommendations. *Journal of Applied Structural Equation Modeling*, 4(2), i–xx.
- Muiz, A. N., Damayanti, A., Indra, R., & Marlina, L. (2023). Pengaruh Sertifikat Halal Terhadap Pendapatan Usaha dan Halal Awareness UMKM di Sektor Halal Food (Studi Pada Pelaku Usaha UMKM Kecamatan Cihideung Kota Tasikmalaya). *J-Alif: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah Dan Budaya Islam*, 8(2), 156. <https://doi.org/10.35329/jalif.v8i2.4829>
- Nasar, M. F. (2017). *Negara dan Sertifikasi Halal Indonesia*. Kementerian Agama Republik Indonesia. Diakses dari <https://kemenag.go.id/opini/negara-dan-sertifikasi-halal-indonesia-cfxy63%0A>
- Ngguna, Y., Pangemanan, H. D., SH, M. S., & Goni, J. H. (2013). Proses sosialisasi nilai sosial dalam keluarga di Kelurahan Pamona Kecamatan Pamona Puselemba Kabupaten Poso Provinsi Sulawesi Tengah. *Jurnal Ilmiah Society Edisi V ISSN*, 2337, 4004.
- Nitanto, D. W. P., Wahyuni, S., & Rahayu, D. (2024). Pengambilan Keputusan Sebagai Titik Fokus Manajemen Organisasi. *Triwikrama: Jurnal Ilmiah Kebijakan Dan Manajemen Publik*, 3(2), 250–263. <https://ejournal.warunayama.org/index.php/triwikrama/article/view/6756>
- Nugroho, Z. D., & Widiarti, P. W. (2022). Pengaruh karakteristik inovasi dan saluran komunikasi terhadap keputusan adopsi inovasi dompet elektronik. *Lektur: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(4), 320–328. <https://doi.org/10.21831/lektur.v4i4.18538>
- Octaviana, D. R., & Ramadhani, R. A. (2021). Hakikat Manusia: Pengetahuan (Knowledge), Ilmu Pengetahuan (Sains), Filsafat dan Agama. *Jurnal Tawadhu*, 5(2 SE-Articles), 143–159. <https://doi.org/10.52802/twd.v5i2.227>

Muhammad Ikhwan, 2025

PENGARUH SOSIALISASI SELF-DECLARE TERHADAP KEPUTUSAN SERTIFIKASI HALAL PADA PELAKU UMK KOTA TASIKMALAYA

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- Oemar, H., Prasetyaningsih, E., Bakar, S. Z. A., Djamaludin, D., & Septiani, A. (2022). Awareness and intention to register halal certification of micro and small-scale food enterprises. *F1000Research*, 11, 170. <https://doi.org/10.12688/f1000research.75968.1>
- Pasolong, H. (2023). *Teori Pengambilan Keputusan*. Penerbit Alfabeta.
- Peters, U. (2022). What Is the Function of Confirmation Bias? *Erkenntnis*, 87(3), 1351–1376. <https://doi.org/10.1007/s10670-020-00252-1>
- PMA. (2021). Peraturan Menteri Agama Nomor 20 Tahun 2021 tentang Sertifikasi Halal Untuk Pelaku Usaha Mikro Dan Kecil. In *Peraturan Menteri Agama*. Kementerian Agama. <https://peraturan.bpk.go.id/Details/181349/peraturan-menag-no-20-tahun-2021>
- PP. (2014). *Undang-undang (UU) No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal*. <https://peraturan.bpk.go.id/Details/38709/uu-no-33-tahun-2014>
- PP. (2021). *Peraturan Pemerintah Republik Indonesia nomor 39 tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Bidang Jaminan Produk Halal*. <https://jdih.kemenkoinfra.go.id/id/peraturan-pemerintah-republik-indonesia-no-39-tahun-2021>
- Pratikto, H., Agustina, Y., & Mutiara, T. (2023). *Readiness and Interest in Halal Certification: Evidence of the Importance of Self-declare Literacy and Types of Business of Indonesian MSMEs* (pp. 193–200). https://doi.org/10.2991/978-94-6463-188-3_20
- Purborini, V. S., & Harsanty, T. D. (2024). Sosialisasi Pentingnya Sertifikasi Halal pada Program Self Declare untuk Berkembangnya Bisnis Bidang Makanan dan Minuman di Kecamatan Jaten Kabupaten Karanganyar. *PaKMas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 157–164. <https://doi.org/10.54259/pakmas.v4i1.2763>
- Purnamasari, I., & Raharyani, A. E. (2020). Tingkat pengetahuan dan perilaku masyarakat Kabupaten Wonosobo tentang Covid-19. *Jurnal Ilmiah Kesehatan*, 10(1), 33–42.
- Puspita, E. A., & Wiriani, E. (2024). Analisis Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Sertifikasi Halal Gratis melalui Mekanisme Self-Declare. *Jurnal EMT KITA*, 8(4), 1665–1688.
- Putri Fatmawati, P., Firman Setiawan, & Khoerun Nasik. (2023). Analisis Religiusitas, Kesadaran Halal, Literasi Halal, dan Niat Berperilaku dalam Memprediksi Pelaku UMKM Melakukan Sertifikasi Halal di Kabupaten Bangkalan. *Maro: Jurnal Ekonomi Syariah Dan Bisnis*, 6(1 SE-Articles), 76–88. <https://doi.org/10.31949/maro.v6i1.3692>
- Rahmansyah, N., & Lusia, S. A. (2021). *Sistem Pendukung Keputusan*. Pustaka Galeri Mandiri.
- Rina, N., Thoibah, S., & Saleh, K. P. A. (2024). Peran Media Sosial Sebagai Saluran Komunikasi Digital Dalam Kehumasan. *Indonesian Journal of Digital Public Relations (IJDPR)*, 3(1), 26–39.
- Rizki Amalia, & Firmadhani, C. (2022). *Teknik Pengambilan Keputusan* (M. R. Setiawan (ed.)). Cv. RTujuh Media Printing. https://play.google.com/store/books/details/TEKNIK_PENGAMBILAN_KE

Muhammad Ikhwan, 2025

PENGARUH SOSIALISASI SELF-DECLARE TERHADAP KEPUTUSAN SERTIFIKASI HALAL PADA PELAKU UMK KOTA TASIKMALAYA

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- PUTUSAN?id=IJynEAAAQBAJ&hl=en-US
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of Innovations* (5th ed.). Free Press.
https://books.google.com/books/about/Diffusion_of_Innovations.html?id=9U1K5LjUOWEC
- Ruijten, P. A. M. (2021). The similarity-attraction paradigm in persuasive technology: effects of system and user personality on evaluations and persuasiveness of an interactive system. *Behaviour and Information Technology*, 40(8), 734–746.
<https://doi.org/10.1080/0144929X.2020.1723701>
- Schumpeter, J. (1934). *The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle*. Harvard University Press. <https://www.semanticscholar.org/paper/The-Theory-of-Economic-Development:-An-Inquiry-into-Schumpeter/309f113adecd8b3d8d1f430a1ec0bfcae8a83c39>
- Sertiawan, N., Nasution, A. L., & Syafira, A. C. (2023). Konsep Dasar Sistem Sosial Indonesia Dan Masyarakat Sebagai Suatu Sistem. *Faidatuna*, 4(2), 123–134. <https://doi.org/10.53958/ft.v4i2.223>
- Setiyowati, T., Fatchiya, A., & Amanah, S. (2022). The Effect of Farmer Characteristics on Knowledge of Clove Cultivation Innovations in East Halmahera Regency. *Jurnal Penyuluhan*, 18(02), 208–218.
- Simon, H. A. (1975). The functional equivalence of problem solving skills. *Cognitive Psychology*, 7(2), 268–288. [https://doi.org/10.1016/0010-0285\(75\)90012-2](https://doi.org/10.1016/0010-0285(75)90012-2)
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif* (Setyawami (ed.); 2nd ed.). Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2020). *Metodologi Penelitian*. Pustaka Baru.
- Susilawati, R., Pratiwi, F., & Adhisty, Y. (2022). Pengaruh pendidikan kesehatan tentang dismenorhoe terhadap tingkat pengetahuan remaja putri mengenai disminorhoe di kelas XI SMA N 2 Banguntapan. *Jurnal Ilmu Kesehatan Mulia Madani Yogyakarta*, 3(2), 37–54.
- Tambunan, A. B., & Anshori, M. (2020). Komunikasi Persuasif dalam Pembentukan Sikap Kedisiplinan Anggota Resimen Mahasiswa Batalyon 922 “Macan Tidar” Universitas Tidar. *Jurnal Mozaik Komunikasi*, 2(2).
- Terry, G. R. (2006). *Prinsip-Prinsip Manajemen*. Bumi Aksara.
- Turban, E., Aronson, J. E., & Liang, T. P. (2005). *Decision Support Systems and Intelligent Systems*. Pearson/Prentice Hall.
<https://books.google.co.id/books?id=NfMJAQAAMAAJ>
- Ulfah, A. F., & Santosa, A. B. (2020). Pengambilan Keputusan Kepala Madrasah. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 6(4), 549–556.
<https://doi.org/10.5281/zenodo.4297337>
- Warto, W., & Samsuri, S. (2020). Sertifikasi halal dan implikasinya bagi bisnis produk halal di Indonesia. *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking*, 2(1), 98–112. <https://doi.org/10.31000/almaal.v2i1.2803>
- Widiyana, D., Siswoyo, M., & Nurfalah, F. (2020). Pengaruh sosialisasi program

Muhammad Ikhwan, 2025

PENGARUH SOSIALISASI SELF-DECLARE TERHADAP KEPUTUSAN SERTIFIKASI HALAL PADA PELAKU UMK KOTA TASIKMALAYA

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- wajib belajar pendidikan dasar sembilan tahun terhadap partisipasi masyarakat dalam bidang pendidikan di Kelurahan Argasunya Kecamatan Harjamukti Kota Cirebon. *Jurnal Ilmiah Publika*, 8(1), 98–112. <https://doi.org/10.33603/publika.v8i1.4170>
- Yana. (2024). *Mengejar Target 10 Juta Sertifikat Halal 2024*. LPPOM MUI. Diakses dari <https://halalmui.org/mengejar-target-10-juta-sertifikat-halal-2024/>
- Yates, J. F. (1992). The Hunting of the Risk. *Journal of Behavioral Decision Making*, 9(1), 73–74.
- Yusuf, M. A., Herman, T., Abraham, A., & Rukmana, H. (2024). Analisis regresi linier sederhana dan berganda beserta penerapannya. *Journal on Education*, 6(02), 13331–13344.
- Zhu, Y., Guan, M., & Donovan, E. (2020). Elaborating Cancer Opinion Leaders' Communication Behaviors Within Online Health Communities: Network and Content Analyses. *Social Media + Society*, 6(2). <https://doi.org/10.1177/2056305120909473>