

Eksplorasi Pengaruh Kesiediaan Membayar Layanan Logistik Halal terhadap Perpanjangan Sertifikat Logistik Halal: UMKM Sektor Pertanian

Exploration of the Influence of Willingness to Pay for Halal Logistics Services on Halal Logistics Certificate Renewal: MSMEs in the Agricultural Sector

Muhammad Dzulfaqori Jatnika¹, Listia Andani^{1a}, Faqihuddin², Cici Aulia Permata Bunda²

¹Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Agama Islam, Universitas Siliwangi; Jl. Siliwangi No. 24, Kota Tasikmalaya, 46115.

²Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Siliwangi; Jl. Siliwangi No. 24, Kota Tasikmalaya, 46115.

^aKorespondensi: Listia Andani, E-mail: listiaandani@unsil.ac.id

Diterima: 26 – 07 – 2023 , Disetujui: 31 – 12 - 2023

ABSTRACT

The first period of halal certification obligations, according to Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 and its derivatives, will end on October 17, 2024, including food and beverage products. Therefore, the halal certification process for micro, small, and medium enterprise products must be carried out promptly. This acceleration experiences obstacles from MSME actors who are passive due to limited knowledge and information regarding halal certification requirements and procedures. This research aims to examine the factors influencing the willingness of agricultural commodity-based UMKM players to pay for halal logistics services. This study employs a quantitative approach with purposive sampling for data collection and SEM-PLS for data analysis. The research includes 350 respondents who are UMKM players based on agricultural commodities. The findings of this study reveal that in addition to the variable knowledge on halal, other variables such as concern about halal, awareness of halal, perception of halal logistics, and service capability have a positive and significant influence on the willingness to use halal logistics services. Furthermore, the willingness to use halal logistics services can encourage halal logistics service providers to renew their halal logistics certificates. The research findings will be beneficial for policymakers and managers of halal logistics companies as it helps them understand the factors that drive the adoption of halal logistics services.

Keywords: agriculture, agroindustry, halal logistic

ABSTRAK

Masa penahapan pertama kewajiban sertifikasi halal menurut Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 beserta turunannya akan berakhir pada tanggal 17 Oktober 2024, termasuk produk makanan dan minuman sehingga proses sertifikasi halal terhadap produk UMKM perlu segera dilaksanakan. Percepatan ini mengalami kendala dari pelaku UMKM yang bersikap pasif karena adanya keterbatasan pengetahuan dan informasi terkait persyaratan dan prosedur sertifikasi halal. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji faktor-faktor yang mempengaruhi kesiediaan para pelaku UMKM berbasis komoditas pertanian dalam membayar jasa logistik halal. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel purposive sampling dan teknik analisis data menggunakan SEM-PLS. Responden yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 350 dengan kriteria pelaku UMKM berbasis komoditas pertanian. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa selain variabel *knowledge on halal*, variabel lainnya yaitu *concern on halal*, *awareness on halal*, persepsi pada halal logistik, dan *service capability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesiediaan untuk menggunakan layanan logistik halal. Serta, kesiediaan untuk menggunakan layanan logistik halal dapat mendorong para pelaku layanan logistik halal untuk memperpanjang sertifikat logistik halal. Temuan penelitian ini akan sangat berguna untuk para pemangku kebijakan dan manajer perusahaan layanan logistik halal karena dapat membantu mereka mengetahui faktor-faktor apa saja yang mendorong penggunaan layanan logistik halal.

Kata kunci: agroindustri, logistik halal, pertanian

Jatnika, M. D., Andani, L., Faqihuddin, & Bunda, C. A. P. (2023). Eksplorasi Pengaruh Kesiediaan Membayar Layanan Logistik Halal terhadap Perpanjangan Sertifikat Logistik Halal: UMKM Sektor Pertanian. *Jurnal Agroindustri Halal*, 9(3), 257 – 268.

PENDAHULUAN

Tren halal saat ini telah menjadi gaya hidup, tidak hanya bagi miliaran muslim di seluruh dunia tetapi juga untuk non-muslim. Hal ini berdampak positif bagi praktik bisnis dan ekonomi khususnya yang bergerak dalam sektor bisnis halal. Hal ini terbukti dengan industri halal yang terus mengalami pertumbuhan positif senilai US\$ 2.1 triliun secara global (Pahim *et al.*, 2012). Meskipun suatu produk sudah tersertifikasi halal, bukan berarti produk tersebut telah terjamin proses kehalalannya, karena bisa saja terjadi kontaminasi selama proses pengiriman dan penyimpanan (Fathi *et al.*, 2016). Oleh karena itu, penyediaan jasa pelayanan logistik, baik berupa pengiriman ataupun penyimpanan dengan standarisasi halal menjadi ladang bisnis baru untuk para pelaku usaha (Omar & Jaafar, 2011).

Konsep rantai pasokan halal pada perusahaan logistik muncul untuk memenuhi permintaan industri. Konsep halal dalam rantai pasok merupakan suatu prinsip bahwa semua elemen yang terlibat dalam alur pasokan, mulai dari sumber hingga tiba di konsumen akhir, harus mematuhi ajaran syariat Islam. Ini mencakup pemilihan pemasok yang sesuai, proses produksi, penyimpanan, dan distribusi (Tieman *et al.*, 2012). Salah satu faktor keberhasilan industri halal bergantung pada sektor logistik (Talib *et al.*, 2015). Meskipun telah ada label halal pada produk, namun logistik halal penting untuk memastikan tidak ada kontaminasi pada produk halal selama proses transportasi (Ab Talib *et al.*, 2013).

Setiap muslim memiliki kewajiban untuk mengkonsumsi produk yang halal, termasuk dalam penggunaan logistik halal. Hal ini mendorong para pengusaha, termasuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk memberikan perhatian lebih tidak hanya produksi dan pemasaran, akan tetapi juga bagaimana penyimpanan serta pendistribusian produk mereka. Percepatan sertifikasi halal pada UMKM ini didasarkan pada Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014.

Masa tahap pertama akan kewajiban sertifikasi halal akan berakhir pada tanggal 17 Oktober 2024. Oleh karena itu, proses sertifikasi halal terhadap produk UMKM perlu segera dilaksanakan, termasuk UMKM yang berbasis komoditas pertanian (Dwiputranti, 2020). Namun ada beberapa kendala dalam proses percepatan sertifikasi halal ini, di antaranya keterbatasan pengetahuan dan informasi, keterbatasan pemanfaatan teknologi, serta tidak tersedianya dokumen legal untuk kepengurusan administrasi. Pelaku UMKM cenderung bersikap pasif dan apatis dalam mengupayakan sertifikasi halal, karena keterbatasan informasi terkait persyaratan dan prosedur sertifikasi halal, serta anggapan bahwa proses tersebut melibatkan biaya yang akan memberatkan pelaku usaha (Ningrum, 2022).

Fasilitas logistik halal merupakan aspek yang penting dalam menjamin kehalalan suatu produk. Pasal (1) UU No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Halal menyebutkan bahwa jaminan halal tidak hanya mencakup barang tetapi juga terhadap layanan jasanya yang terkait dengan penyembelihan, penyimpanan, distribusi dan pengolahan. Logistik halal memantau seluruh rantai pasok produksi, termasuk pabrik, gudang penyimpanan, hingga distribusi, agar memastikan keseluruhan proses produksi hingga sampai di tangan konsumen telah sesuai dengan standar halal yang berlaku (Saribanaon *et al.*, 2019).

Hingga saat ini, di Indonesia hanya ada 48 perusahaan logistik yang telah mendapatkan sertifikat halal untuk kegiatan pengemasan, penyimpanan, dan distribusi. Mayoritas dari perusahaan logistik tersebut beroperasi di Pulau Jawa sehingga ketersediaan layanan logistik halal ini belum merata (Yasni, 2023). Contoh dari perusahaan logistik halal di Indonesia ialah PT Iron Bird Logistics yang menyediakan layanan transportasi, gudang penyimpanan, dan pengiriman barang.

Logistik halal memiliki urgensi yang signifikan terhadap kebutuhan masyarakat muslim, karena akan memberi jaminan kualitas dan kepatuhan suatu produk terhadap prinsip halal. Penting untuk setiap pelaku usaha, dalam hal ini UMKM untuk menggunakan layanan logistik

halal, guna memastikan segala aspek kehalalan suatu produk dari hulu ke hilir. Beberapa penelitian terkait logistik halal telah dilakukan, di antaranya penelitian terkait kesadaran halal, liputan media, dan persepsi positif akan logistik halal berpengaruh positif terhadap kesediaan muslim untuk membayar logistik halal (Fathi *et al.*, 2016; Kamaruddin *et al.*, 2012). Respons konsumen membuat penyedia logistik mulai melirik untuk berinvestasi aset berbasis halal, seperti pergudangan halal, pelabuhan halal, transportasi halal, peralatan halal, tim audit halal, dan pelacakan halal (Jaafar *et al.*, 2011).

Penelitian lainnya ialah terkait faktor kunci dalam kesuksesan rantai pasokan halal adalah dukungan dari pemerintah, aset khusus, teknologi informasi, sumber daya manusia, hubungan kolaborasi, sertifikasi halal, serta ketelusuran halal (Talib *et al.*, 2015). Meskipun di Indonesia telah terdapat beberapa penelitian mengenai kesediaan membayar untuk membayar layanan logistik halal, namun belum ada yang menggunakan variabel *service capability*, persepsi terhadap logistik halal, dan pengetahuan tentang halal serta belum ada penelitian mengenai kesediaan membayar logistik halal yang fokus pada para pelaku UMKM. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji faktor-faktor yang berpengaruh pada kesediaan para pelaku UMKM dalam membayar jasa logistik halal.

MATERI DAN METODE

Halal Logistik

Logistik halal merupakan suatu proses pengelolaan yang meliputi pengadaan bahan, pergerakan, penyimpanan, dan penanganan bahan, barang setengah jadi, atau barang jadi dalam stok makanan maupun non-makanan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah (Saribanaon *et al.*, 2019). Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Hakim *et al.*, 2020) menunjukkan bahwa kesediaan membayar layanan halal logistik dipengaruhi oleh beberapa faktor, di antaranya adalah *concern on halal*, *awareness on halal*, persepsi manfaat, dan *personal societal*.

Concern On Halal

Concern on halal adalah kepedulian yang meliputi tindakan cermat saat mengkonsumsi atau menggunakan suatu produk halal (Khan *et al.*, 2019). Saat ini, pelanggan tidak hanya memperhatikan proses produksi, akan tetapi kegiatan rantai pasok pun mulai diperhatikan (Jaafar *et al.*, 2011). Hal ini menunjukkan bahwa konsumen perlu mengidentifikasi lebih lanjut terkait produk yang dikonsumsi sehingga terjamin aspek kehalalannya dari mulai proses produksi hingga distribusi yang menggunakan logistik halal. Menurut hasil penelitian, *concern on halal* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesediaan konsumen dalam membayar layanan logistik halal. Kemudian (Hakim *et al.*, 2020) mengemukakan bahwa *concern on halal* berpengaruh signifikan terhadap kesediaan untuk membayar layanan logistik halal.

Knowledge On Halal

Pengetahuan adalah informasi yang diterima oleh seseorang dan berpotensi untuk ditindaklanjuti. Seseorang yang memiliki pengetahuan mengenai halal akan mengetahui konsep halal dan haram (Elias *et al.*, 2016). Pengetahuan konsumen akan terus bertambah seiring informasi yang didapatkan. Informasi tentang kehalalan suatu produk dapat konsumen terima melalui label atau logo halal yang tertera pada produk ataupun iklan. Tingkat pengetahuan tentang halal yang tinggi akan meningkatkan minat seseorang dalam menggunakan logistik halal di masa yang akan datang. Penelitian yang dilakukan oleh (Narawi *et al.*, 2018) menunjukkan bahwa pengetahuan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesediaan untuk membayar.

Awareness On Halal

Awareness on halal adalah keakraban mengenai hal-hal yang diperbolehkan untuk muslim baik dalam mengkonsumsi makanan dan air serta dalam gaya hidup (Hasan, 2016). Kesadaran halal ini ditandai dengan pemahaman konsumen mengenai proses mengkonsumsi suatu produk dari hulu sampai hilir. Meningkatnya kesadaran halal berarti akan menumbuhkan rasa keharusan untuk menerapkan konsep halal dan haram dari mulai proses produksi hingga pada alur rantai pasok suatu produk. Berdasarkan hasil penelitian (Ag Majid *et al.*, 2021) *awareness on halal* berpengaruh signifikan terhadap kesediaan untuk membayar logistik halal.

Persepsi pada Halal Logistik

Persepsi adalah pendapat atau kepercayaan konsumen terhadap suatu layanan atau produk. Mengkonsumsi barang atau jasa yang halal telah menjadi kewajiban bagi setiap orang Islam, sehingga muncul sebuah pernyataan persepsi halal seorang muslim dapat meningkatkan kesediaan untuk menggunakan logistik halal. Persepsi konsumen penting dalam menentukan pembelian suatu barang dan jasa. Berdasarkan hasil penelitian (Ag Majid *et al.*, 2021) menunjukkan bahwa persepsi halal memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kesediaan untuk membayar logistik halal pada non-muslim.

Service Capability

Perkembangan teknologi informasi saat ini mengakibatkan banyak berita yang tersebar tanpa mengetahui keakuratan substansinya. Berita yang beredar dapat berdampak pada reputasi perusahaan. Menarik untuk melihat sejauh mana *service capability* dari perusahaan logistik halal berdampak pada minat konsumen untuk membayar jasa layanan logistik halal. *Service capability* berkaitan dengan kemampuan perusahaan logistik untuk menjalankan fungsinya dengan baik, utamanya menjaga aspek kehalalan suatu produk. Berdasarkan hasil penelitian (Fathi *et al.*, 2016) menunjukkan bahwa *service capability* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kesediaan untuk menggunakan logistik halal.

Perpanjangan Sertifikat Logistik Halal

Layanan sertifikasi halal memerlukan biaya dalam prosesnya, sehingga kesediaan untuk membayar jasa logistik halal akan mempengaruhi permintaan perpanjangan layanan sertifikasi logistik halal. Semakin banyak yang bersedia untuk membayar jasa logistik halal maka akan meningkatkan permintaan perpanjangan layanan sertifikasi logistik halal. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Hakim *et al.*, 2020) menunjukkan bahwa kesediaan membayar berpengaruh signifikan terhadap permintaan perpanjangan layanan sertifikasi logistik halal.

Hipotesis dan Model Penelitian

Berikut merupakan hipotesis penelitian terhadap rumusan masalah penelitian:

H1: *Concern on halal* berpengaruh signifikan dan positif terhadap kesediaan membayar layanan logistik halal.

H2: *Knowledge on halal* berpengaruh signifikan dan positif terhadap kesediaan membayar layanan logistik halal.

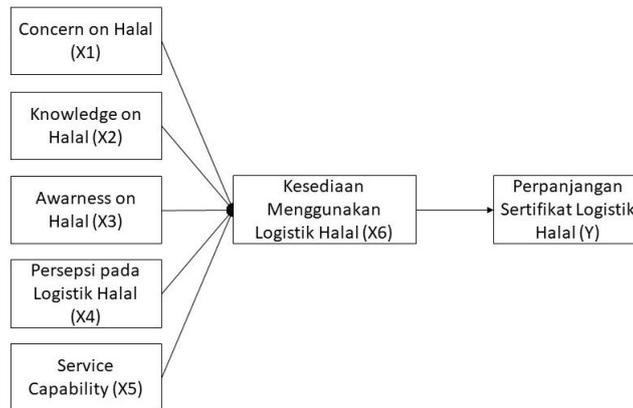
H3: *Awareness on halal* berpengaruh signifikan dan positif terhadap kesediaan membayar layanan logistik halal.

H4: Persepsi pada halal logistik berpengaruh signifikan dan positif terhadap kesediaan membayar layanan logistik halal.

H5: *Service Capability* berpengaruh signifikan positif terhadap kesediaan membayar layanan logistik halal.

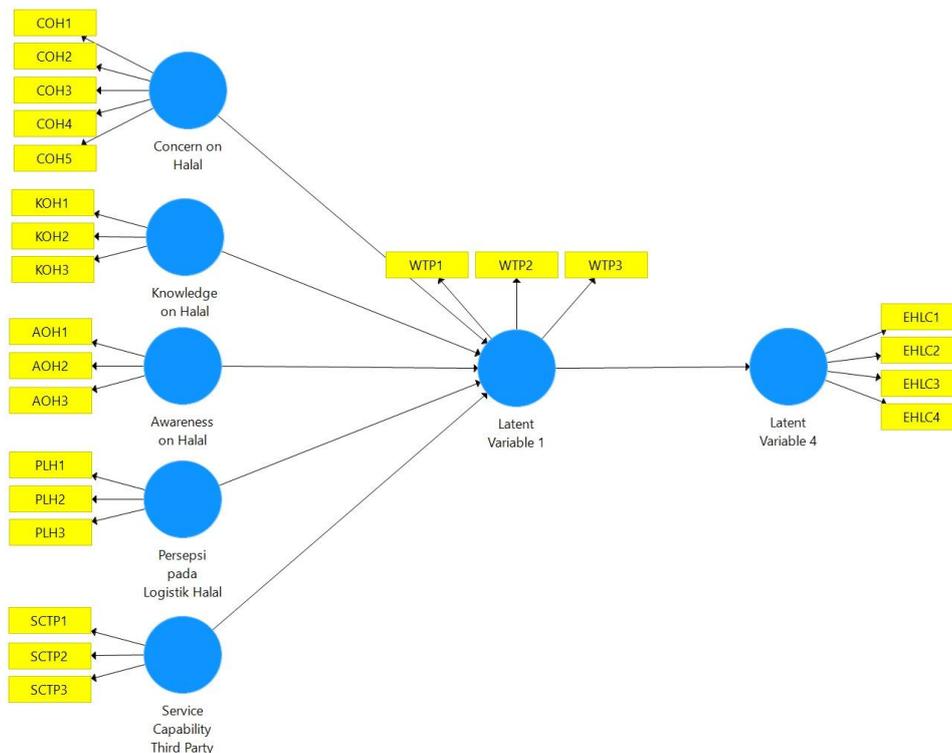
H6: Kesediaan membayar layanan logistik halal berpengaruh signifikan positif terhadap permintaan perpanjangan layanan sertifikasi logistik halal.

Berdasarkan hasil hipotesis, maka dapat dirumuskan sebuah model penelitian pada Gambar 1.



Gambar 1. Model Penelitian

Berikut pada Gambar 2 merupakan *path diagram* dari model penelitian yang menunjukkan hubungan antar variabel penelitian.



Gambar 2. Path Diagram

Metode Penelitian

Data penelitian kesediaan UMKM sektor pertanian dalam menggunakan logistik halal ini bersumber dari data primer maupun data sekunder. Data sekunder diperoleh dari data yang sudah tersedia, meliputi jurnal, buku, dan laporan terkait kesediaan UMKM sektor pertanian dalam menggunakan logistik halal dari penelitian sebelumnya. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner yang diakses lewat *google form*. Responden yang mengisi kuesioner dipilih dengan kriteria tertentu melalui teknik *purposive sampling*. Teknik *purposive sampling* ini dimaksudkan agar hasil dari penelitian ini dapat lebih *robust*. Adapun persyaratan respondennya adalah sebagai berikut:

1. Pelaku UMKM pada sektor pertanian
2. Beragama Islam

3. Memahami konsep dasar halal dan haram
4. Berdomisili di Jawa Barat

Teknik analisis data yang diterapkan dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Model Partial Least Square* (SEM-PLS), karena penelitian ini bersifat eksplorasi (Hair et al., 2019). Aplikasi yang digunakan dalam melakukan teknik analisis data SEM-PLS adalah SmartPLS. SmartPLS adalah sebuah aplikasi yang menggunakan dua pendekatan dalam proses analisis datanya. Pendekatan pertama adalah pengukuran model (*measurement model*) yang terdiri dari *convergent validity* dan *discriminant validity* dan pendekatan kedua adalah struktural model.

Variabel dalam penelitian ini perlu untuk diukur terlebih dahulu, maka peneliti perlu mendefinisikan masing-masing konsep ke dalam sebuah pengukuran tertentu yang dapat diamati secara empiris oleh peneliti. Proses pemindahan definisi konseptual menjadi sebuah pengukuran tertentu yang dapat diamati secara empiris disebut dengan definisi operasional.

Tabel 1. Definisi Operasional

No	Variabel	Indikator	Kode
1	Kesediaan untuk membayar	1. Saya bersedia untuk membayar lebih untuk memastikan tidak ada kontaminasi dalam penyimpanan produk	WTP1
		2. Saya bersedia untuk membayar lebih untuk memastikan tidak ada kontaminasi dalam pengiriman produk	WTP2
		3. Saya bersedia untuk membayar lebih untuk memastikan bahwa produk tersebut halal 100% (Fathi et al., 2016)	WTP3
2	<i>Concern on halal</i>	1. Penting bagi saya untuk mengkonsumsi sesuatu yang halal	COH1
		2. Saya sering mengkhawatirkan kehalalan produk	COH2
		3. Penting bagi saya bahan suatu produk memiliki label halal	COH3
		4. Penting bagi saya distribusi produk menerapkan prinsip syariah	COH4
		5. Penting bagi saya toko produk menerapkan prinsip Islam (Fathi et al., 2016)	COH5
3	<i>Knowledge on halal</i>	1. Saya memahami peraturan halal dan haram pada bidang logistik	KOH1
		2. Saya memiliki pengetahuan yang cukup untuk membedakan halal dan haram pada bidang logistik halal	KOH2
		3. Saya mengetahui isu terkini terkait logistik halal (Ngah et al., 2014)	KOH3
4	<i>Awareness on halal</i>	1. Saya mengetahui adanya layanan logistik halal	AOH1
		2. Saya memperhatikan ada produsen halal yang menggunakan layanan logistik halal	AOH2
		3. Saya menganggap bahwa layanan logistik halal dapat dipakai untuk kita (Ngah et al., 2014)	AOH3
5	Persepsi pada logistik halal	1. Logistik halal penting dalam menjaga kehalalan suatu produk	PLH1
		2. Logistik halal penting untuk menjaga kontaminasi selama proses distribusi	PLH2
		3. Logistik halal penting untuk menjaga kontaminasi selama penyimpanan (Fathi et al., 2016)	PLH3
6	<i>Service Capability Third Party</i>	1. Pihak ketiga penyedia logistik halal menerima barang halal	SCTP1
		2. Pihak ketiga penyedia logistik halal menyimpan barang halal	SCTP2
		3. Pihak ketiga penyedia logistik halal mencuci tangki kendaraan sebelum digunakan (Fathi et al., 2016)	SCTP3
7	Perpanjangan Sertifikat Logistik Halal	1. Saya selalu memperhatikan logistik halal	EHLC1
		2. Sertifikasi halal membuat perbedaan preferensi produk	EHLC2
		3. Saya mengharuskan menggunakan logistik halal	EHLC3
		4. Saya membutuhkan sertifikat logistik halal (Fathi et al., 2016)	EHLC4

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Responden

Berdasarkan hasil survei sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 350 UMKM. Profil UMKM terbagi menjadi beberapa bagian, di antaranya adalah gender, pendidikan terakhir, lama usaha, dan pendapatan (Lihat Tabel 2). Secara keseluruhan responden didominasi oleh gender perempuan (59,4%), Usia 31 - 40 tahun (40,6%), pendidikan terakhir SMA (45,4%), lama usaha <1 tahun (57,7%), dan pendapatan 5.000.000 - 8.000.000 (32%).

Tabel 2. Profil responden

Kategori		Jumlah Responden	Persentase
Gender	Laki-Laki	142	40,6%
	Perempuan	208	59,4%
Usia	16 - 20 Tahun	90	25,7%
	21 - 30 Tahun	101	28,9%
	31 - 40 Tahun	142	40,6%
	41 - 50 Tahun	12	3,4%
	> 51 Tahun	5	1,4%
Pendidikan Terakhir	SMA	159	45,4%
	Diploma	19	5,4%
	Sarjana (S-1)	125	35,7%
	Magister (S-2)	47	13,5%
Lama Berusaha	<1 Tahun	202	57,7%
	1 - 2 Tahun	66	18,9%
	3 - 4 Tahun	46	13,1%
	>5 Tahun	36	10,3%
Pendapatan	<3.000.000	97	27,7%
	3.000.000 - 5.000.000	93	26,6%
	5.000.000 - 8.000.000	112	32%
	8.000.000 - 10.000.000	36	10,3%
	>10.000.000	12	3,4%

(Sumber: Penelitian Penulis, 2023)

Measurement Models

Pengujian yang pertama kali dilakukan adalah *outer model* dengan dibagi menjadi beberapa tahapan. Uji multikolinieritas adalah tahapan yang pertama dalam *outer model*, melihat pada rekomendasi dari (Hair *et al.*, 2019) nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) harus di bawah 5. Hasil pengujian menunjukkan bahwa range nilai VIF berada dikisaran 1.550 - 3.933, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada masalah multikolinieritas. Selanjutnya, adalah mengidentifikasi keterkaitan antara indikator-indikator dengan konstruk, melihat pada rekomendasi dari (Hair *et al.*, 2019) nilai dari *loading factor* yang baik harus di atas 0.70. Berdasarkan hasil analisis seluruh indikator memiliki nilai *loading factor* yang baik.

Realibilitas suatu konstruk diuji menggunakan metode *Cronbach's Alpha* (α) dan *Composite Reliability*. Menurut rekomendasi dari (Hair *et al.*, 2019) realibilitas yang baik akan ditunjukkan dengan nilai *Cronbach's Alpha* (α), ρ_A , dan *Composite Reliability* di atas 0.70. Berdasarkan hasil pengujian nilai α dan CR memiliki nilai yang baik (>0.70), sehingga semua konstruk memiliki realibitas yang baik. Sedangkan, untuk menguji validitas menggunakan nilai rata-rata AVE. Menurut rekomendasi dari (Hair *et al.*, 2019) nilai rata-rata AVE yang baik

adalah di atas 0.50. Hasil pengujian menunjukkan bahwa range nilai AVE berada antara 0.700 – 0.806, sehingga keseluruhan konstruk dalam penelitian ini telah valid.

Tabel 3. *Measurement Model Results*

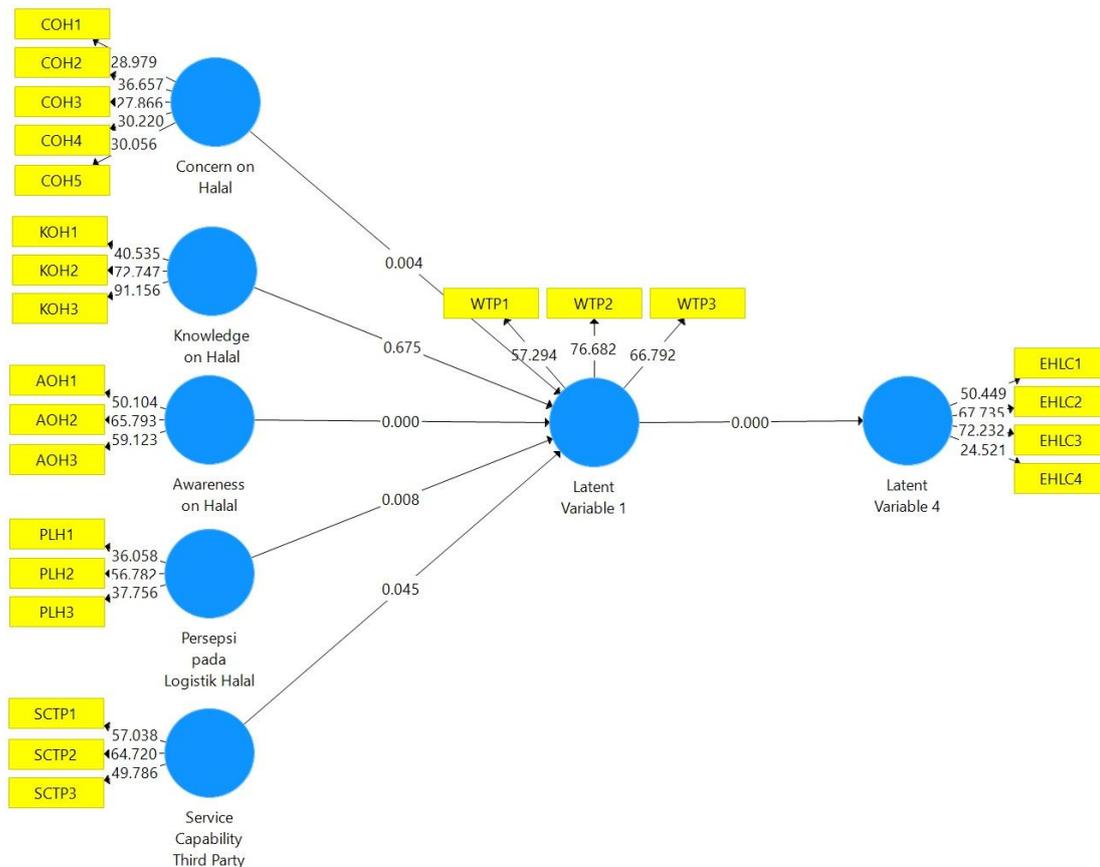
Latent Variabel	Manifest Variabel	VIF	Loadings	α	rho_A	CR	$\sqrt{}$
Kesediaan untuk Membayar	WTP1	2.436	0.895	0.888	0.888	0.930	0.817
	WTP2	2.881	0.918				
	WTP3	2.489	0.897				
<i>Concern on Halal</i>	COH1	2.104	0.788	0.859	0.860	0.899	0.640
	COH2	2.168	0.804				
	COH3	2.020	0.807				
	COH4	1.827	0.799				
	COH5	2.002	0.801				
<i>Knowledge on Halal</i>	KOH1	1.946	0.853	0.884	0.887	0.928	0.812
	KOH2	3.265	0.921				
	KOH3	3.436	0.928				
<i>Awareness on Halal</i>	AOH1	2.089	0.879	0.866	0.866	0.918	0.789
	AOH2	2.316	0.892				
	AOH3	2.394	0.893				
Persepsi terhadap Logistik Halal	PLH1	1.685	0.836	0.811	0.811	0.888	0.726
	PLH2	2.040	0.877				
	PLH3	1.749	0.843				
<i>Service Capability Third Party</i>	SCTP1	2.436	0.898	0.876	0.876	0.924	0.801
	SCTP2	2.572	0.904				
	SCTP3	2.202	0.883				
Perpanjangan Sertifikat Logistik Halal	EHLC1	2.713	0.881	0.889	0.893	0.924	0.753
	EHLC2	3.215	0.899				
	EHLC3	3.287	0.909				
	EHLC4	1.702	0.774				

(Sumber: Penelitian Penulis, 2023)

Structural Models

Setelah asumsi telah terpenuhi, langkah selanjutnya adalah menguji model structural dengan menggunakan nilai t dan p. Menurut rekomendasi dari (Hair *et al.*, 2019) nilai t dan p menunjukkan pengaruh yang signifikan antar suatu konstruk ketika nilai $t > 1.96$ dan nilai $p < 0.05$. Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa variabel *concern on halal* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kesediaan membayar layanan logistik halal ($t = 3.230$ dan $p = 0.004$), *knowledge on halal* tidak berpengaruh terhadap kesediaan membayar layanan logistik halal ($t = 0.427$ dan $p = 0.675$), *awareness on halal* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kesediaan membayar layanan logistik halal ($t = 9.619$ dan $p = 0.000$), persepsi terhadap logistik halal memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kesediaan membayar layanan logistik halal ($t = 2.674$ dan $p = 0.008$), *service capability* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kesediaan membayar layanan logistik halal ($t = 2.009$ dan $p = 0.045$), dan kesediaan membayar layanan logistik halal memiliki pengaruh yang signifikan terhadap

permintaan perpanjangan layanan sertifikasi logistik halal ($t = 20.811$ dan $p = 0.000$). Hasil tersebut dijelaskan lebih rinci pada gambar dan tabel berikut.



Gambar 3. Hasil Hipotesis Penelitian

(Sumber: Penelitian Penulis, 2023)

Hasil pengujian hipotesis tersebut kemudian dibuat menjadi hasil *structural models* penelitian dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Hasil Structural Models

Hipotesis	Original Sampel (O)	T-Statistic	P-Value	Results
Concern on Halal -> Kesiediaan Membayar Logistik Halal	0.133	3.230	0.004	Supported
Knowledge on Halal -> Kesiediaan Membayar Logistik Halal	0.016	0.427	0.675	Not Supported
Awareness on Halal -> Kesiediaan Membayar Logistik Halal	0.572	9.619	0.000	Supported
Persepsi terhadap Logistik Halal -> Kesiediaan Membayar Logistik Halal	0.158	2.674	0.008	Supported
Service Capability -> Kesiediaan Membayar Logistik Halal	0.091	2.009	0.045	Supported
Kesiediaan Membayar Logistik Halal -> Permintaan Perpanjangan Layanan Sertifikasi Logistik Halal	0.768	20.811	0.000	Supported

(Sumber: Penelitian Penulis, 2023)

Pembahasan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa hampir semua hipotesis diterima hanya hipotesis kedua yang tidak memenuhi angka signifikan, yaitu *knowledge on*

halal. Hasil tersebut mendukung penelitian sebelumnya dari (Achmad & Fikriyah, 2021; Adiba & Wulandari, 2018; Shidiqy & Nurhayati, 2020). Hal ini disebabkan beberapa alasan, yakni kesadaran dan prioritas, dimana seseorang mungkin memiliki pengetahuan tentang konsep halal, tetapi tidak memberikan prioritas yang tinggi pada aspek tersebut dalam keputusan kesediaan membayar logistik halal. Faktor-faktor lain, seperti harga, kualitas, kenyamanan, atau preferensi pribadi, dapat menjadi lebih penting dalam pengambilan keputusan konsumen.

Selanjutnya, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa variabel *concern on halal* memiliki pengaruh terhadap kesediaan membayar layanan logistik halal, hasil ini mendukung penelitian sebelumnya dari (Khan *et al.*, 2019) yang mengungkapkan bahwa tingkat *concern on halal* dapat meningkatkan kesediaan membayar layanan logistik halal. *Awareness on Halal* memiliki pengaruh terhadap kesediaan membayar layanan logistik halal, hasil ini mendukung temuan peneliti sebelumnya dari (Ag Majid *et al.*, 2021) yang mengungkapkan bahwa tingkat *awareness on halal* dapat meningkatkan kesediaan membayar layanan logistik halal. Persepsi terhadap halal logistik memiliki pengaruh terhadap kesediaan membayar layanan logistik halal, hasil ini mendukung temuan peneliti sebelumnya dari (Ag Majid *et al.*, 2021) yang mengungkapkan bahwa tingkat persepsi terhadap halal logistik dapat meningkatkan kesediaan membayar layanan logistik halal. *Service capability thrid party* memiliki pengaruh terhadap kesediaan membayar layanan logistik halal, hasil ini mendukung temuan peneliti sebelumnya dari (Fathi *et al.*, 2016) yang mengungkapkan bahwa tingkat *service capability thrid party* dapat kesediaan membayar layanan logistik halal. Kesediaan membayar layanan logistik halal memiliki pengaruh terhadap permintaan perpanjangan layanan sertifikasi logistik halal, hasil ini mendukung temuan peneliti sebelumnya dari (Hakim *et al.*, 2020) yang mengungkapkan bahwa tingkat kesediaan membayar layanan logistik halal dapat meningkatkan permintaan perpanjangan layanan sertifikasi logistik halal.

KESIMPULAN

Secara umum hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *concern on halal*, *awareness on halal*, persepsi terhadap logistik halal, dan *service capability third party* memiliki peranan penting dalam menjelaskan kesediaan UMKM sektor pertanian dalam membayar jasa logistik halal. Selanjutnya secara teoritis, hasilnya menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kesadaran seseorang tentang konsep halal pada UMKM sektor pertanian akan berimplikasi tinggi terhadap kesediaan membayar layanan logistik halal. Hal ini juga terjadi pada tingkat *service capability third party*, semakin tinggi *service capability third party* maka akan berimplikasi terhadap kesediaan membayar layanan logistik halal. Berdasarkan hasil tersebut perusahaan penyedia jasa logistik halal perlu mensosialisasikan pentingnya penggunaan logistik halal agar literasi dan kesadaran masyarakat dapat meningkat, dan pada akhirnya akan meningkatkan pula kesediaan membayar layanan logistik halal.

DAFTAR PUSTAKA

- Ab Talib, M. S., Rubin, L., & Zhengyi, V. K. (2013). Qualitative Research on Critical Issues In Halal Logistics. *Journal of Emerging Economies and Islamic Research*, 1(2), 131. <https://doi.org/10.24191/jeeir.v1i2.9125>
- Achmad, D. N., & Fikriyah, K. (2021). Pengaruh Halal Knowledge, Islamic Religiosity dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 4(3), 215–229. <https://doi.org/10.26740/jekobi.v4n3.p215-229>
- Adiba, E. M., & Wulandari, D. A. (2018). Pengaruh Halal Knowledge, Islamic Religiosity, dan Attitude terhadap Behavior Konsumen Muslim Generasi Y Pengguna Kosmetik Halal di

Surabaya. *INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 1(3), 357–369. <https://doi.org/10.31842/jurnal-inobis.v1i3.42>

- Ag Majid, D. K. Z., Abdul Hanan, S., & Hassan, H. (2021). A mediator of consumers' willingness to pay for halal logistics. *British Food Journal*, 123(3), 910–925. <https://doi.org/10.1108/BFJ-01-2020-0047>
- Elias, E. M., Saifudin, A. M., & Othman, S. N. (2016). Halal Awareness and Knowledge Among Muslim ' S Student Entrepreneurship Program : a. *2nd Interneational Conference on Business Global & Social Entrepreneurship*, 12-14 March, 1–8.
- Fathi, E., Zailani, S., Iranmanesh, M., & Kanapathy, K. (2016). Drivers of consumers' willingness to pay for halal logistics. *British Food Journal*, 118(2), 464–479. <https://doi.org/10.1108/BFJ-06-2015-0212>
- Hair, J. F., Ringle, C. M., Gudergan, S. P., Fischer, A., Nitzl, C., & Menictas, C. (2019). Partial least squares structural equation modeling-based discrete choice modeling: an illustration in modeling retailer choice. *Business Research*, 12(1), 115–142. <https://doi.org/10.1007/s40685-018-0072-4>
- Hakim, F. R., Najib, M. F., & Kunci, K. (2020). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Halal Logistic Paying Intention : Studi Kasus di Indonesia*. 11–14.
- Hasan, H. (2016). a Study on Awareness and Perception Towards Halal Foods Among Muslim Students in Kota Kinabalu , Sabah. *Proceedings of the Australia-Middle East Conference on Business and Social Sciences 2016, Dubai, March*, 803–811.
- Dwiputranti, I. M. (2020). Pengembangan Model Bisnis Halal Logistik Transportasi Berbasiskan Business Model Canvass (BMC). *Competitive*, 15(2), 115–128. <https://doi.org/10.36618/competitive.v15i2.917>
- Jaafar, H. S., Endut, I. R., Faisol, N., & Omar, E. N. (2011). Innovation in Logistics Services - Halal Logistics. *Growth Lakeland*, 395(November), 783–785. <http://arxiv.org/abs/cond-mat/9811093>
- Kamaruddin, R., Iberahim, H., & Shabudin, A. (2012). Willingness to Pay for Halal Logistics: The Lifestyle Choice. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 50(July), 722–729. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.08.075>
- Khan, M., Najmi, A., Ahmed, W., & Aman, A. (2019). The role of consumer willingness to pay for halal certification in Pakistan. *Journal of Islamic Marketing*, 10(4), 1230–1244. <https://doi.org/10.1108/JIMA-09-2018-0155>
- Narawi, M. N. A., Ting, A. S., & Zafar Ahmed. (2018). Willingness to pay for health insurance in sarawak, malaysia: A contingent valuation method. *Bangladesh Journal of Medical Science*, 17(2), 230–237. <https://doi.org/10.3329/bjms.v17i2.35876>
- Ngah, A. H., Zainuddin, Y., & Thursamy, R. (2014). Adoption of Halal Supply Chain among Malaysian Halal Manufacturers: An Exploratory Study. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 129, 388–395. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.03.692>
- Ningrum, R. T. puspita. (2022). Problematika Kewajiban Sertifikasi Halal bagi Pelaku Usaha Mikro dan Kecil (UMK) di Kabupaten Madiun. *Istithmar : Jurnal Studi Ekonomi Syariah*, 6(7), 43–58.
- Omar, E. N., & Jaafar, H. S. (2011). Halal supply chain in the food industry - A conceptual model. *ISBEIA 2011 - 2011 IEEE Symposium on Business, Engineering and Industrial Applications*, September, 384–389. <https://doi.org/10.1109/ISBEIA.2011.6088842>

- Pahim, K. M. Bin, Jemali, S., & Mohamad, S. J. A. N. S. (2012). Notice of Retraction: The importance of training for Halal logistics industry in Malaysia. *SHUSER 2012 - 2012 IEEE Symposium on Humanities, Science and Engineering Research*, 1635–1640. <https://doi.org/10.1109/SHUSER.2012.6268847>
- Saribanaon, E., Purba, O., & Agushinta, L. (2019). Efektifitas Pelaksanaan Logistik Halal. *Jurnal Manajemen Bisnis Transportasi Dan Logistik*, 5(3), 319–330.
- Shidiqy, D., & Nurhayati, W. (2020). *Efektivitas Product Knowledge Dan Persepsi Kualitas Dalam*. 07(2), 482–509.
- Talib, M. S. A., Hamid, A. B. A., & Zulfakar, M. H. (2015). Article Information : drivers of halal orientation. *Journal Islamic Marketing*, 24(5), 41–49.
- Tieman, M., Vorst, J. G. A. J. van der, & Che Ghazali, M. (2012). Principles in Halal Supply Chain Management. *Journal of Islamic Marketing*, 3(3), 217–243.
- Yasni, S. (2023). Potensi Besar Logistik Halal. *Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-Obatan, Dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI)*, 161, 1–42.