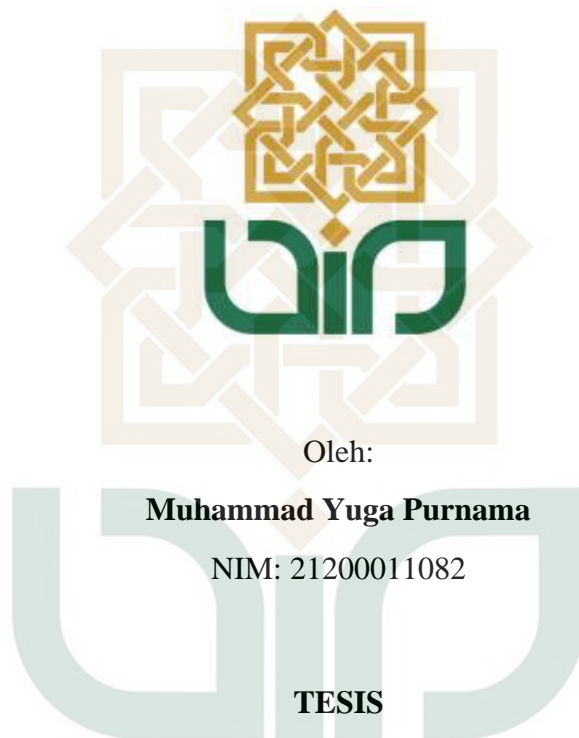


**REGULASI, PERILAKU, DAYA TARIK
(PROBLEMATIKA IMPLEMENTASI SERTIFIKASI HALAL PADA
JASA PENYEMBELIHAN DI YOGYAKARTA)**



Oleh:

Muhammad Yuga Purnama

NIM: 21200011082

TESIS

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Diajukan kepada Program Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga
untuk Memenuhi Salah Satu Syarat guna Memperoleh
Gelas Master of Arts (M.A)

Program Studi Interdisciplinary Islamic Studies
Konsentrasi Kajian Industri dan Bisnis Halal

Yogyakarta

2023

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji sertifikasi halal sebagai sebuah regulasi dan daya tarik berhadapan dengan perilaku konvensional. Identifikasi sosial, psikologi, dan teknis dilakukan untuk menemukan alasan atau faktor-faktor apa yang melatarbelakangi banyaknya pelaku usaha jasa penyembelihan yang tidak memiliki sertifikat halal. Selain itu juga mengidentifikasi hambatan-hambatan yang dialami pelaku usaha dalam proses sertifikasi halal serta hubungan antara potensi industri halal dengan keputusan pelaku usaha untuk melakukan sertifikasi halal. Sampel penelitian berasal dari Pelaku Usaha Rumah Potong Unggas di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY). Metode yang kami gunakan pada penelitian ini adalah metode campuran (*mix method*) dengan model *sekuensial eksploratori* yang dimulai dengan tahap penelitian kualitatif dengan cara mengeksplorasi pandangan para responden dilanjutkan dengan tahap penelitian kuantitatif dengan menguji hipotesis penelitian.

Penelitian ini menghasilkan penemuan bahwa faktor-faktor yang melatarbelakangi para pelaku usaha yang tidak mau menggunakan sertifikat halal adalah aspek “kekecewaan” dan “daya tarik alternatif”. Pelaku usaha jasa penyembelihan yang tidak mau melakukan sertifikasi halal karena disebabkan pelaku usaha jasa penyembelihan tidak kecewa bahkan nyaman dengan keadaan saat ini (tidak memiliki sertifikat halal) karena alternatif yang ditawarkan sertifikasi halal tidak cukup menarik bagi bisnis pelaku usaha jasa penyembelihan. Mayoritas pelaku usaha jasa penyembelihan adalah UMK yang memiliki keterbatasan informasi, pendanaan, dan kemampuan. Cara pandang pelaku usaha jasa penyembelihan adalah bagaimana dengan keadaan yang ada usaha mereka dapat berjalan dan memenuhi kebutuhan keluarga dan karyawan. Pelaku usaha jasa penyembelihan harus berhadapan dengan problem harga, baik ketidakstabilan harga maupun persaingan harga dalam penjualan. Selain itu, pelaku usaha jasa penyembelihan dituntut kerja maksimal dengan waktu dan tenaga kerja yang minimal. Target capaian kerjanya adalah kuantitas bukan kualitas. Sehingga aspek penjaminan kualitas seperti jaminan halal bukan menjadi hal yang menarik dan dibutuhkan oleh pelaku usaha. Potensi industri halal memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap niat pelaku usaha untuk beralih menggunakan sertifikat halal. Para pelaku usaha percaya dengan potensi industri halal seperti kepercayaan pelanggan, pasar yang lebih luas/baik, dan kenaikan pendapatan jika memiliki sertifikat halal.

Kata kunci: *penyembelihan hewan, sertifikasi halal, UMK*

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Yuga Purnama
NIM : 21200011082
Jenjang : Magister (S2)
Fakultas : Pascasarjana
Program Studi : *Interdisciplinary Islamic Studies*
Konsentrasi : Kajian Industri dan Bisnis Halal

Menyatakan bahwa naskah tesis ini secara keseluruhan adalah benar-benar hasil penelitian dan karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian tertentu yang dirujuk dan telah dicantumkan sumbernya secara ilmiah berdasarkan pedoman akademik. Jika dikemudian hari terbukti bahwa naskah tesis ini bukan karya saya sendiri, maka atau melakukan plagiasi maka saya siap ditindak sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 16 Muharram 1445 H

03 Agustus 2019 M

Saya yang menyatakan,



METERAI TEMPEL
3000
SLOTAK00547734328

Muhammad Yuga Purnama

NIM. 21200011082

SURAT BEBAS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Yuga Purnama
NIM : 21200011082
Jenjang : Magister (S2)
Fakultas : Pascasarjana
Program Studi : *Interdisciplinary Islamic Studies*
Konsentrasi : Kajian Industri dan Bisnis Halal

Menyatakan bahwa naskah tesis ini secara keseluruhan adalah benar-benar bebas dari plagiasi, kecuali pada bagian-bagian tertentu yang dirujuk dan telah dicantumkan sumbernya secara ilmiah berdasarkan pedoman akademik. Jika dikemudian hari terbukti bahwa naskah tesis ini melakukan plagiasi, maka saya siap ditindak sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 16 Muharram 1445 H

03 Agustus 2019 M

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
Saya yang menyatakan,



Muhammad Yuga Purnama

NIM. 21200011082



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
PASCASARJANA

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 519709 Fax. (0274) 557978 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-852/Un.02/DPPs/PP.00.9/08/2023

Tugas Akhir dengan judul : **REGULASI, PERILAKU, DAYA TARIK (PROBLEMATIKA IMPLEMENTASI SERTIFIKASI HALAL PADA JASA PENYEMBELIHAN DI YOGYAKARTA)**

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : MUHAMMAD YUGA PURNAMA, S.H.
Nomor Induk Mahasiswa : 21200011082
Telah diujikan pada : Jumat, 25 Agustus 2023
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

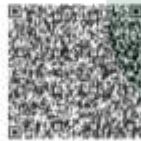
TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang/Penguji I

Dr. Ja'far Assagaf, M.A.
SIGNED

Valid ID: 646f27bda70



Penguji II

Dr. Imelda Fajriati, M.Si.
SIGNED

Valid ID: 646f0f4a4c6e

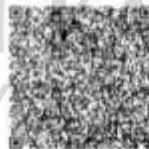


Penguji III

Dr. Subaidi, S.Ag., M.Si.
SIGNED

Valid ID: 646f0947c6be

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA



Yogyakarta, 25 Agustus 2023
UIN Sunan Kalijaga
Direktur Pascasarjana

Prof. Dr. H. Abdul Mustaqim, S.Ag., M.Ag.
SIGNED

Valid ID: 646f0d5429c2

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth,
Direktur Pascasarjana
UIN Sunan Kalijaga
D.I. Yogyakarta

Assalamu'alaikum wr.wb.

Setelah melakukan bimbingan, arahan dan koreksian terhadap penulisan tesis yang berjudul: **Hambatan Sertifikasi Halal Pada Jasa Penjualan (Studi Kasus RPU DI Yogyakarta)**

Yang ditulis oleh:

Nama : Muhammad Yuga Purnama
NIM : 21200011082
Jenjang : Magister (S2)
Fakultas : Pascasarjana
Program Studi : *Interdisciplinary Islamic Studies*
Konsentrasi : Kajian Industri dan Bisnis Halal

Saya berpendapat bahwa tesis tersebut sudah dapat diajukan kepada Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga D.I. Yogyakarta untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar *Master of Art (M.A)*

Wassalamu'alaikum wr.wb.

D.I. Yogyakarta, 03 Agustus 2023
Pembimbing,



Dr. Imelda Fajriati, M.Si.
NIP. 197507252000032001

MOTTO

وَأَلِّمُوا بَنِيكُمْ بِالْقِسْطِ



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

PERSEMBAHAN

TESIS INI SAYA PERSEMBAHKAN KEPADA:

BAPAK, IBU, DAN ADIK TERCINTA.



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Pedoman Transliterasi Arab-Latin ini merujuk pada SKB Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI, tertanggal 22 Januari 1988 No: 158/1987 dan 0543b/U/1987.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
أ	<i>Alif</i>	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	<i>Ba</i>	B	Be
ت	<i>Ta</i>	T	Te
ث	<i>Ṣa</i>	Ṣ	es titik di atas
ج	<i>Jim</i>	J	Je
ح	<i>Ḥa'</i>	Ḥ	ha titik di bawah
خ	<i>Kha</i>	Kh	ka dan ha
د	<i>Dal</i>	D	De
ذ	<i>Ḍal</i>	Ḍ	zet titik di atas
ر	<i>Ra</i>	R	Er
ز	<i>Zai</i>	Z	Zet
س	<i>Sīn</i>	S	Es
ش	<i>Syin</i>	Sy	es dan ye
ص	<i>Ṣad</i>	Ṣ	es titik di bawah

ض	<i>Ḍad</i>	Ḍ	de titik di bawah
ط	<i>Ṭa'</i>	Ṭ	te titik di bawah
ظ	<i>Za</i>	Z	zet titik di bawah
ع	<i>'Ayn</i>	...'	koma terbalik (di atas)
غ	<i>Gain</i>	G	Ge
ف	<i>Fa</i>	F	Ef
ق	<i>Qaf</i>	Q	Qi
ك	<i>Kaf</i>	K	Ka
ل	<i>Lam</i>	L	'El
م	<i>Mim</i>	M	'Em
ن	<i>Nun</i>	N	'En
و	<i>Wa</i>	W	W
ه	<i>Ha</i>	H	Ha
ء	<i>Hamzah</i>	...'	Apostrof
ي	<i>Ya'</i>	Y	Ye

B. Konsonan rangkap karena *tasydīd* ditulis rangkap:

متعاقدين	<i>Muta'āqqidīn</i>
عدة	' <i>Iddah</i>

C. *Tā' marbūṭah* di akhir kata:

1. Bila dimatikan, ditulis h:

هبة	<i>Hibah</i>
جزية	<i>Jizyah</i>

(ketentuan ini tidak diperlukan terhadap kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia seperti zakat, shalat dan sebagainya, kecuali dikehendaki lafal aslinya).

2. Bila diikuti sandangan "al" serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan h:

كرامة الأولياء	<i>Karāmah al-auliyā'</i>
----------------	---------------------------

3. Bila dihidupkan karena berangkaian dengan kata lain: hidup dengan harakat, fathah, kasrah, dan dammah ditulis t:

نعمة الله	<i>Ni'matullāh</i>
زكاة الفطر	<i>Zakāh al-Fiṭri</i>

D. Vokal pendek

اَ ditulis a	ضَرَبَ	<i>Ḍaraba</i>
اِ ditulis i	فَهِمَ	<i>Fahima</i>
اُ ditulis u	كُتِبَ	<i>Kutiba</i>

E. Vokal panjang:

1. fathah + alif, ditulis ā (garis di atas)

جاهلية ditulis *Jāhiliyyah*

2. fathah + alif maqṣūr, ditulis ā (garis di atas)

يسعي ditulis *Yas'ā*

3. kasrah + ya mati, ditulis ī (garis di atas)

مجيد ditulis *Majīd*

4. dammah + wau mati, ditulis ū (dengan garis di atas)

فروض ditulis *Furūḍ*

F. Vokal rangkap:

1. fathah + yā mati, ditulis ai

بينكم ditulis *Bainakum*

2. fathah + wau mati, ditulis au

قول ditulis *Qaul*

G. Vokal-vokal pendek yang berurutan dalam satu kata, dipisahkan dengan apostrof.

الانتم	<i>A'antum</i>
لئن شكرتم	<i>La'in Syakartum</i>

H. Kata sandang Alif + Lām

1. Bila diikuti huruf qamariyah ditulis al-

القران	<i>al-Qur'ān</i>
القياس	<i>al-Qiyās</i>

2. Bila diikuti huruf syamsiyyah, ditulis dengan menggandengkan huruf syamsiyyah yang mengikutinya serta menghilangkan huruf l-nya

الشمس	<i>asy-Syams</i>
السماء	<i>as-Samā'</i>

I. Huruf Besar

Huruf besar dalam tulisan Latin digunakan sesuai dengan Ejaan Yang Disempurnakan (EYD)

شَهْرُ رَمَضَانَ الَّذِي أُنزِلَ فِيهِ الْقُرْآنُ : *Syahru Ramaḍān al-Laẓī unzila fīh al-Qurān*

J. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat dapat ditulis menurut penulisannya.

ذوى الفروض	<i>Ẓawī al-furūd</i>
اهل السنة	<i>Ahl as-Sunnah</i>

K. Pengecualian

Sistem transliterasi tidak berlaku pada:

1. Kosakata Arab yang lazim dalam Bahasa Indonesia dan terdapat dalam Kamus Umum Bahasa Indonesia, misalnya: alQur'an, hadis, madzhab, syariat, lafaz.
2. Judul buku yang menggunakan kata Arab, namun dilatinkan oleh penerbit, seperti judul buku al-Hijab.
3. Nama pengarang yang menggunakan nama Arab, tetapi berasal dari negara yang menggunakan huruf latin, misalnya Quraish Shihab, Ahmad Syukri Soleh, dan lain-lain.
4. Nama penerbit di Indonesia yang menggunakan kata Arab, misalnya Toko Hidayah, Mizan, dan lain-lain.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

أَلْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ, أَشْهَدُ أَنْ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ, وَأَشْهَدُ أَنَّ مُحَمَّدًا عَبْدُهُ وَرَسُولُهُ, أَللَّهُمَّ صَلِّ عَلَى مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ. أَمَّا بَعْدُ.

Puji syukur kami panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya yang tidak akan mungkin manusia dapat menghitung banyaknya. Shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhamamd SAW suri tauladan kita, semoga kita termasuk golongan umatnya yang mendapat syafaat diakhirat kelak. Amin.

Setelah kami berdoa dan berusaha keras menyusun Tesis “Hambatan Sertifikasi Halal”, sebagai salah satu syarat mendapat gelar Magister of Art (MA) dan menyelesaikan pendidikan strata dua (S-2) di Konsentrasi Kajian Industri dan Bisnis Halal Program Studi *Interdisciplinary Islamic Studies* Fakultas Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Selesaiannya penyusunan Tesis ini bukanlah usaha kami sendiri melainkan juga merupakan bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Maka izinkanlah kami menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Phil. Al Makin, S.Ag., M.A. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Prof. Dr. KH. Abdul Mustaqim, S.Ag., M.A. selaku Direktur Program Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

3. Ibu Dr. Nina Mariani Noor, SS., M.A selaku Kepala Program Studi *Interdisciplinary Islamic Studies* dan selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membimbing kami hingga menyelesaikan perkuliahan dengan baik di Program Studi *Interdisciplinary Islamic Studies* Program Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Ibu Dr. Imelda Fajriati, M.Si. selaku Dosen Pembimbing Tesis, yang telah dengan sabar dan ikhlas membimbing kami untuk menyelesaikan Tesis ini. Terimakasih atas waktu, ilmu, dan doa yang telah diberikan kepada kami.
5. Kementerian Agama RI selaku pemberi beasiswa, terima kasih atas dukungan dana pendidikan dan penelitian yang diberikan sehingga dapat menyelesaikan studi S2 dengan tepat waktu.
6. Bapak H. Radi (ayahanda) dan Ibu Hj. Sunarni (ibunda) tercinta yang tiada henti memberi harapan, motivasi, doa, dukungan dan kasih sayang, hingga kami berada pada titik ini. Juga Nabila Rizki Azzahra adikku dan seluruh keluarga besar Bani Marham.
7. Bapak dan Ibu Dosen yang mendidik kami beserta Civitas Akademika Program Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, atas ilmu, pengalaman, dan bantuannya selama kami menuntut ilmu di Program Studi *Interdisciplinary Islamic Studies* Program Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

8. Bapak Dr. KH. Shofiyulloh Muzammil, M.Ag dan Dr. Hj. Imelda Fajriati, M.Si. selaku pengasuh Pondok Pesantren Mahasiswa Al-Ashfa juga sebagai orang tua kedua kami selama tinggal di jogja. Terimakasih juga kami sampaikan kepada Pendiri, Pengasuh, dan guru Pondok Pesantren Luqmanul Hakim OKU, Pondok Pesantren Darul ‘Ulum Jombang
9. Seluruh Bapak dan Ibu guru yang telah mendidik kami, dari keluarga besar TK Binaria, SDN 1 Batumarta VII, MTS Luqmanul Hakim, SMA Darul ‘Ulum I Unggulan BPP-T Peterongan Jombang, dan UIN Sunan Kalijaga.
10. Teman-teman seperjuangan Konsentrasi Kajian Industri dan Bisnis Halal Program Studi *Interdisciplinary Islamic Studies* khususnya angkatan 2021, selama 2 tahun bersama kalian merupakan karunia dan pelajaran yang laur biasa, semoga langgeng pertemanan ini.
11. Teman-teman Santri Pondok Pesantren Mahasiswa Al-Ashfa senasib seperjuangan, khususnya Fajar Sodik, S.E. yang selalu memberi dorongan dan semangat dalam proses *tholabu al ‘ilmi*, semoga kita dapat reunion di surga kelak.
12. Keluarga besar Moragister (termasuk di dalamnya grup *fourtuner*) dan CSSMoRA yang telah memberi ilmu, pengalaman, dan warna baru dalam kehidupan yang *insya Allah* berkah dan manfaat.

13. Nama-nama yang tidak disebut dalam pengantar ini namun memiliki jasa bagi kami, terimakasih atas dukungan, bantuan, dan doanya semoga Allah membalasnya dengan kebaikan. Amin.

Pada akhirnya, kami telah berusaha menyusun Tesis ini sabaik mungkin, namun kami menyadari Tesis ini masih jauh dari sempurna, baik dari isi dan teknik penyusunannya. Semoga hal ini menjadi pelajaran dan motivasi bagi kami untuk selalu belajar dan berkembang lebih baik lagi. Sekian dan terimakasih. *Walhamdulillahillobbil 'ālamīn*

Yogyakarta, 16 Muharram 1445 H

03 Agustus 2019 M

Penyusun,



Muhammad Yuga Purnama

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN	iii
SURAT BEBAS PLAGIASI.....	iv
PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	v
NOTA DINAS PEMBIMBING	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN	ix
KATA PENGANTAR.....	xiv
DAFTAR ISI	xviii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan dan Kegunaan.....	5
D. Kajian Pustaka	6
E. Kerangka Teoritik.....	9
F. Hipotesis	13
G. Metode Penelitian.....	15
H. Sistematika Pembahasan.....	22
BAB II REGULASI DAN DAYA TARIK SERTIFIKASI HALAL JASA PENYEMBELIHAN HEWAN.....	23

A. Pendahuluan.....	23
B. Regulasi dan Standarisasi Penyembelihan Halal di Indonesia	24
1. Konsep Penyembelihan Halal.....	24
2. Dari Fatwa MUI ke Standar Nasional	35
3. Juru Sembelih Bersertifikat	40
4. Cara Penyembelihan Sesuai Prosedur	42
5. Tempat Penyembelihan yang Memenuhi Standar	43
C. Daya Tarik Sertifikasi dan Industri Halal di Indonesia	45
1. Potensi Industri Halal di Indonesia.....	45
2. Program Fasilitasi Sertifikasi dan Industri Halal.....	47
3. Edukasi dan Sosialisasi Sertifikasi Halal.....	49
D. Kesimpulan.....	50
BAB III DILEMA STANDAR HALAL BAGI PELAKU USAHA	
PENYEMBELIHAN	51
A. Pendahuluan.....	51
B. Sertifikasi Halal: Regulasi yang Mendisrupsi	52
1. Kapasitas dan Lingkup Usaha	52
2. Rutinitas dan Budaya Kerja.....	57
3. Disrupsi Standar Penyembelihan Halal	60
C. Antara Permintaan Pasar dan Sertifikasi Halal.....	62
D. Standar Penyembelihan Halal Perspektif Pelaku Usaha.....	65
1. Halal <i>Yes</i> , Sertifikasi Halal <i>No</i>	65
2. Juru Sembelih Beragama Islam	67

3. Penyembelihan Sesuai “Syariat Islam”	69
4. Insfrastruktur yang Apa Adanya.....	71
E. Kesimpulan.....	73
BAB IV KORELASI DAYA TARIK OTORITAS HALAL DENGAN	
PELAKU USAHA.....	75
A. Pendahuluan.....	75
B. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Pelaku Usaha untuk Melakukan/Tidak Melakukan Sertifikasi Halal.....	75
1. Karakteristik Responden.....	75
2. Pengujian Konstruk Penelitian	78
3. Hasil Pengujian Hipotesis.....	79
C. Pengetahuan Dan Kesadaran Halal Pelaku Usaha.....	83
D. Kepastian Hukum Jaminan Produk Halal.....	86
E. Kemudahan Proses dan Pelayanan	88
F. Kesimpulan.....	90
BAB V PENUTUP	92
A. Kesimpulan.....	92
B. Saran	93
DAFTAR PUSTAKA.....	94
LAMPIRAN	xxi

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sertifikasi halal merupakan keniscayaan bagi pelaku usaha khususnya jasa penyembelihan. Sejak disahkannya Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (UU JPH), semua pelaku usaha yang mengedarkan produk di wilayah Indonesia wajib memiliki sertifikat halal. Namun faktanya, mayoritas pelaku usaha khususnya sektor jasa penyembelihan tidak memiliki sertifikat halal. Presentase pelaku usaha yang bersertifikat halal di Daerah Istimewa Yogyakarta hanya 1,5%, dari 324 pengusaha hanya ada 5 pengusaha yang memiliki sertifikat halal.¹ Pelaku usaha merasa regulasi sertifikasi halal merepotkan dan ribet.² Standar sertifikasi halal khusus jasa penyembelihan juga baru dirancang dan belum di terbitkan oleh otoritas halal.³ Disamping itu, problem lainnya adalah kebijakan sertifikasi halal kurang memperhatikan keadaan di lapangan.⁴

Penelitian yang dilakukan oleh Institut Pertanian Bogor (IPB) bekerja sama dengan Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah (KNEKS) menemukan bahwa 85% dari rumah potong hewan dan unggas di Indonesia

¹ Harian Jogja Digital Media, "Belum Semua Pengusaha Pemotongan Unggas Miliki Sertifikasi Halal," *Harianjogja.com*, diakses 1 November 2022, <https://jogjapolitan.harianjogja.com/read/2021/02/01/513/1062428/belum-semua-pengusaha-pemotongan-unggas-miliki-sertifikasi-halal>.

² Winto Raharjo, Penjual Ayam Pasar Colombo, Mei 2023.

³ Nurgina Arsyad, Pusat Registrasi dan Sertifikasi Halal BPJPH, Agustus 2023.

⁴ Dinas Pertanian Kota Yogyakarta, Pendataan, Pembinaan, dan Pengawasan Jasa Penyembelihan di Kota Yogyakarta, 20 Maret 2023.

belum memenuhi syarat untuk mendapatkan sertifikasi halal.⁵ Di daerah Makassar, 80% daging disembelih oleh jasa penyembelihan yang tidak bersertifikat halal.⁶ Menurut penelitian Mulyono, banyak juru sembelih di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) yang tidak memiliki keterampilan yang memadai dan tidak mengikuti aturan syariah dalam penyembelihan.⁷ Pelaku usaha merasa nyaman dengan perilaku konvensional ditambah dengan tidak adanya daya tarik baik dari konsumen maupun pemerintah, yang membuat pelaku usaha beralih menggunakan sertifikasi halal dalam menjual produknya.⁸ Kesenjangan antara permintaan konsumen akan daging halal yang didasari peningkatan kesadaran halal, dengan ketersediaan jasa sembelihan yang bersertifikasi halal, melatar belakangi munculnya jasa sembelihan halal ilegal (tidak bersertifikat halal).⁹

Penelitian Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2016 menemukan mayoritas pelaku usaha Indonesia adalah Usaha Mikro Kecil (UMK). Jumlah UMK sebanyak 26.073.689 dan jumlah Usaha Menengah Besar (UMB) sebanyak 348.567 usaha. Data Kementerian Koperasi dan UKM menyebutkan bahwa pada tahun 2019, usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) jumlahnya

⁵ “85 Persen Rumah Potong Hewan di Indonesia Belum Tersertifikasi Halal - Solopos.com | Panduan Informasi dan Inspirasi,” diakses 1 November 2022, <https://www.solopos.com/85-persen-rumah-potong-hewan-di-indonesia-belum-tersertifikasi-halal-1441712>.

⁶ Muhammad Nusran dkk., “Policy on Halal Slaughtering Availability for Halal Chicken Needs Makassar City Indonesia,” *International Journal of Engineering & Technology* 7, no. 4.29 (26 November 2018): 80, <https://doi.org/10.14419/ijet.v7i4.29.21686>.

⁷ Agus Mulyono dkk., *Juru Penyembelihan Halal (Juleha) di Indonesia* (Jakarta: Litbangdiklat Press, 2020), 215.

⁸ Muhamad Mustahal, “Halal Certification in Slaughterhouses (RPH) Impacts on Halal Certification of Animal-Based Food Products,” *AL-MANHAJ: Jurnal Hukum Dan Pranata Sosial Islam* 4, no. 2 (20 Oktober 2022): 399–408, <https://doi.org/10.37680/almanhaj.v4i2.1749>.

⁹ Nusran dkk., “Policy on Halal Slaughtering Availability for Halal Chicken Needs Makassar City Indonesia.”

mencapai 65,47 juta. Pemerintah melalui Peraturan Pemerintah Nomor 39 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Bidang Jaminan Produk Halal, menargetkan produk makan, minuman, jasa penyembelihan, dan hasil sembelihan semuanya wajib bersertifikat halal pada tanggal 17 Oktober 2024. Menurut Mustahal, faktor yang mempengaruhi kesempatan dan tingkat sertifikasi halal UMK adalah ketersediaan jasa penyembelihan dan hasil sembelihan yang bersertifikat halal.¹⁰

Khan menyebutkan bahwa implementasi sertifikasi halal dihadapkan pada empat problem utama, yaitu: kurangnya dukungan pemerintah, kurangnya dukungan manajemen perusahaan, kurangnya kesadaran konsumen, dan kurangnya badan sertifikasi halal yang diterima secara global.¹¹ Badan sertifikasi halal di negara mayoritas non-muslim berperan terhadap regulasi sertifikasi halal, sementara di negara mayoritas muslim regulasi sertifikasi halal dibawah tanggung jawab pemerintah yang membidangi urusan agama.¹² Negara dengan mayoritas muslim seperti Indonesia memiliki peraturan tentang sertifikasi halal yaitu Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (UU JPH). Tanggungjawab penyelenggaraan jaminan produk halal di Indonesia dipegang oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) yang salah satu kewenangannya adalah melakukan sosialisasi, edukasi, dan publikasi Produk Halal.

¹⁰ Mustahal.

¹¹ Shahbaz Khan, Mohd Imran Khan, dan Abid Haleem, "Evaluation of Barriers in the Adoption of Halal Certification: a Fuzzy DEMATEL Approach," *Journal of Modelling in Management* 14 (19 Desember 2018), <https://doi.org/10.1108/JM2-03-2018-0031>.

¹² Ayang Utriza Yakin, "Halal Certification, Standards, and Their Ramifications in Belgium," dalam *Rethinking Halal* (Brill, 2021), 155, https://doi.org/10.1163/9789004459236_008.

Halal telah bertransformasi dari moral agama menjadi moral ekonomi yang dibingkai dengan sistem standarisasi dan regulasi.¹³ Regulasi sertifikasi halal berkolerasi dengan daya tarik pasar makanan halal yang diperkirakan mencapai 432 miliar dolar per tahun.¹⁴ Namun pada tataran implementasinya, sertifikasi halal khususnya sektor penyembelihan dihadapkan pada penolakan dari moral dan perilaku konvensional.¹⁵ Memahami budaya dan perilaku masyarakat merupakan bagian penting dalam kajian industri dan sertifikasi halal.¹⁶ Tesis ini menjelaskan sertifikasi halal sebagai sebuah regulasi dan daya tarik berhadapan dengan perilaku konvensional.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang kami jabarkan sebelumnya, maka rumusan masalah yang kami angkat adalah:

1. Mengapa pelaku usaha tidak mau melakukan sertifikasi halal?
2. Apa saja yang dialami oleh pelaku usaha dalam proses sertifikasi halal sehingga mereka tidak melakukan sertifikasi halal?
3. Bagaimana korelasi daya tarik otoritas halal terhadap keputusan pelaku usaha jasa penyembelihan untuk melakukan sertifikasi halal?

¹³ John Lever dan Johan Fischer, *Religion, Regulation, Consumption: Globalising Kosher and Halal Markets* (Manchester: Manchester university press, 2018), 8–9.

¹⁴ Florence Bergeaud-Blackler, Johan Fischer, dan John Lever, ed., *Halal Matters: Islam, Politics and Markets in Global Perspective*, 1 ed. (Routledge, 2015), <https://doi.org/10.4324/9781315746128>.

¹⁵ Federico Zuolo, "Equality Among Animals and Religious Slaughter," *Historical Social Research / Historische Sozialforschung* Vol. 40 No. 4 (2015): 111, <https://doi.org/10.12759/HSR.40.2015.4.110-127>.

¹⁶ Johan Fischer, *The Halal Frontier: Muslim Consumers in a Globalized Market*, 1st edition, *Contemporary Anthropology of Religion* (New York, NY Houndmills, Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2011), 24.

C. Tujuan dan Signifikansi Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan-tujuan yang hendak dicapai, antara lain:

1. Mengidentifikasi penyebab atau faktor-faktor yang melatarbelakangi pelaku usaha jasa penyembelihan untuk tidak melakukan sertifikasi halal. Faktor-faktor yang diidentifikasi pada penelitian ini baik faktor dari dalam (internal) maupun faktor dari luar diri pelaku usaha jasa penyembelihan.
2. Mengkaji hambatan-hambatan yang dialami pelaku usaha dalam proses sertifikasi halal
3. Menganalisis pengaruh potensi industri halal terhadap keputusan pelaku usaha jasa penyembelihan untuk melakukan sertifikasi halal

Adapun signifikansi penelitian ini diantaranya adalah:

1. Secara teoritis hasil penelitian ini dapat berguna sebagai sumbangan akademik kajian perilaku (*behaviour*) produsen industri halal, khususnya perubahan niat (*switching intentions*) / perubahan perilaku (*switching behaviour*) dari industri konvensional (tidak memiliki sertifikat halal) menjadi beralih ke industri halal (bersertifikat halal).
2. Pada kajian industri halal hasil penelitian ini berguna dalam memetakan hambatan implementasi sertifikasi halal dan untuk

mengakselerasi sistem sertifikasi halal secara umum dan secara khusus pada jasa penyembelihan.

3. Secara praktis penelitian ini berguna bagi pemangku kebijakan (*stakeholders*) dalam mengevaluasi dan mengembangkan sistem sertifikasi halal khususnya pada sektor penyembelihan, juga dapat berguna bagi pengembangan kebijakan pada Usaha Mikro Kecil (UMK) di Indonesia.

D. Kajian Pustaka

Setelah peneliti mengidentifikasi implementasi sertifikasi halal pada jasa penyembelihan halal sebagai topik untuk diteliti, maka penting untuk melakukan tinjauan pustaka dengan tujuan: menentukan posisi peneliti diantara penelitian-penelitian lain yang sudah ada sebelumnya, menjelaskan hubungan penelitian dan literatur yang ada, dan mengisi gap penelitian-penelitian sebelumnya.¹⁷

Para peneliti implementasi sertifikasi halal pada jasa penyembelihan dapat dikategorikan dalam tiga kecenderungan: *pertama*, perhatian pada aspek teknis, misalnya Oliver yang berpendapat bahwa tuntunan dan praktik penyembelihan halal telah berubah seiring berjalannya waktu (dan terus berlanjut) sejalan dengan kondisi eksternal dan persepsi kemurnian agama dan kesalehan di kalangan umat Islam seluruh dunia.¹⁸ Lever dan Fuseini

¹⁷ Jhon W Creswell, *Reserch Design, Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran*, 4 ed. (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2021).

¹⁸ Oliver Leaman, ed., *Routledge handbook of Islamic ritual and practice* (New York: Routledge, 2022).

kemudian secara lebih komprehensif menjelaskan posisi penyembelihan halal pada era sertifikasi halal, menyatakan bahwa sebelum periode modern, sebagian besar ahli hukum Sunni menerima daging yang disembelih oleh *ahlul kitab* (yahudi dan nasrani), perkembangan sertifikasi dan industri halal menjadi salah satu faktor yang menjadikan sikap ahli hukum tentang praktik penyembelihan menjadi lebih ketat.¹⁹ Tidak ada kesepakatan dari umat Islam tentang kesesuaian pemingsanan (*prestunned*) untuk produksi halal, sebagian cendekiawan Islam dan konsumen Halal akan menganggap daging *prestunned* sebagai Halal jika ada jaminan bahwa jenis pemingsanan digunakan tidak menyebabkan kematian hewan sebelum dilakukan pemotongan halal, meskipun setuju cendekiawan Islam tetap tidak merekomendasikan penggunaannya selama penyembelihan Halal.²⁰

Kedua, para peneliti yang berfokus pada inovasi industri penyembelihan halal dengan memastikan jaminan standarisasi halal makanan yang aman (murni), bermutu (baik) dan bebas dari malpraktik (halal) mulai dari pertanian hingga ke konsumen (*from farm to fork*).²¹ Tuntutan standar halal kurang jelas dan berbeda ketika diterjemahkan ke lembaga sertifikasi Halal, sehingga untuk memformalkan sertifikasi halal dan sistem kepatuhan dikembangkan *Halal Compliance Critical Points* (HCCP) bagi penyembelihan halal dan sistem

¹⁹ John Lever dan Awal Fuseini, "Halal Slaughter," dalam *Routledge Handbook of Islamic Ritual and Practice*, 1 ed. (London: Routledge, 2022), 554.

²⁰ Awal Fuseini dkk., "The Perception and Acceptability of Pre-Slaughter and Post-Slaughter Stunning for Halal Production: The Views of UK Islamic Scholars and Halal Consumers," *Meat Science* 123 (1 Januari 2017): 143–50, <https://doi.org/10.1016/j.meatsci.2016.09.013>.

²¹ Jan Mei Soon, Mahmood Chandia, dan Joe Mac Regenstein, "Halal Integrity in the Food Supply Chain," *British Food Journal* 119, no. 1 (1 Januari 2017): 39–51, <https://doi.org/10.1108/BFJ-04-2016-0150>.

prosesnya. Shahdan dkk mengembangkan penelitiannya sebelumnya yang mengusulkan 6 titik kontrol (*control points*) untuk penyembelihan unggas halal berdasarkan sumber utama hukum Islam yaitu Al-Qur'an dan Hadits, membutuhkan batas kritis (*critical limits*) untuk setiap titik control, yaitu batas penerimaan yang akan dicegah produk dari menjadi haram.²²

Ketiga, berfokus pada identifikasi sosial penerapan sertifikasi halal pada jasa penyembelihan, misalnya Bottoni yang mengidentifikasi bahwa penerapan penyembelihan halal bertentangan dengan politik hukum perlindungan pada kesejahteraan hewan (*animal welfare*).²³ Pada satu sisi negara menginginkan perlindungan terhadap kepercayaan, agamam, dan ideologi rakyatnya untuk dapat menjalankan aktifitasnya; namun disisi lain negara juga ingin melindungi kesejahteraan hewan yang banyak dituntut oleh warganya.²⁴ Selain itu aspek kesadaran (*awereness*) juga diidentifikasi sebagai salah satu tantangan dalam implementasi sertifikasi halal, dimana perbedaan tingkat literasi terhadap sertifikasi halal mempengaruhi sikap pelaku usaha.²⁵ Khan melihat secara makro menemukan bahawa ada empat hambatan dalam implementasi sertifikasi halal: kurangnya dukungan pemerintah, kurangnya

²² Intan Azura Shahdan, Joe Mac Regenstein, dan Mohammad Tariqur Rahman, "Critical Limits for the Control Points for Halal Poultry Slaughter," *Poultry Science* 96, no. 6 (1 Juni 2017): 1970–81, <https://doi.org/10.3382/ps/pew427>.

²³ Rossella Bottoni, "Legal Aspects of Halal Slaughter and Certification in the European Union and Its Member States," dalam *The Halal Food Handbook*, ed. oleh Yunes Ramadan Al-Teinaz, Stuart Spear, dan Ibrahim H. A. Abd El-Rahim, 1 ed. (Wiley, 2020), 253–70, <https://doi.org/10.1002/9781118823026.ch16>.

²⁴ Sipco Vellenga, "Ritual Slaughter, Animal Welfare and the Freedom of Religion: A Critical Discourse Analysis of a Fierce Debate in the Dutch Lower House," *Journal of Religion in Europe* 8, no. 2 (13 Oktober 2015): 210–34, <https://doi.org/10.1163/18748929-00802004>.

²⁵ Moch Khoirul Anwar, "Respon Pelaku Usaha Rumah Potong Ayam Terhadap Kewajiban Sertifikasi Halal," *JURNAL HUKUM EKONOMI SYARIAH* 3, no. 1 (17 April 2020): 27–39, <https://doi.org/10.30595/jhes.v0i0.7112>; Mustahal, "Halal Certification in Slaughterhouses (RPH) Impacts on Halal Certification of Animal-Based Food Products."

dukungan manajemen perusahaan, kurangnya kesadaran konsumen, dan kurangnya badan sertifikasi halal yang diterima secara global.²⁶

Masih sulit ditemukan penelitian tentang implementasi sertifikasi halal pada jasa penyembelihan yang kombinasikan antara indentifikasi sosial dan pengembangan teknis penyembelihan. Selain itu, hambatan makro perlu dikembangkan dengan melihat secara lebih mikro pada pelaku usaha. Tesis ini juga memasukan indentifikasi psikologi pada pelaku usaha untuk melihat perilaku.

E. Kerangka Teoritis

Istilah halal berasal dari istilah dalam Islam yang memiliki arti: semua makanan yang baik bersih, dan tidak dilarang dalam Alquran dan sunnah.²⁷ Halal sebagai norma tradisional Islam kemudian dihadapkan pada fenomena modern (industrialisasi, pasar bebas, digitalisasi, dan diaspora muslim di negara non-muslim) berubah menjadi prinsip bahwa semuanya (makanan dan minuman, kosmetik, pakaian, dll) dianggap non-halal sampai dapat dibuktikan kehalalannya melalui sertifikat halal yang dikeluarkan oleh pihak yang berwenang.²⁸

Proses penilaian dan akreditasi halal tidak hanya berfokus pada bahan produk tetapi juga meneliti setiap aspek dari sistem produksi dan operasi

²⁶ Khan, Khan, dan Haleem, "Evaluation of barriers in the adoption of halal certification," 19 Desember 2018.

²⁷ Mian N. Riaz Chaudry Muhammad M., ed., *Handbook of Halal Food Production* (Boca Raton: CRC Press, 2017), <https://doi.org/10.1201/9781315119564>.

²⁸ Ayang Yakin, Louis-Léon Christians, dan Baudouin Dupret, "Rethinking Halal: Critical Perspective on Halal Markets and Certification," dalam *Rethinking Halal: Genealogy, Current Trends, and New Interpretations* (BRILL, 2021), 10, https://doi.org/10.1163/9789004459236_002.

terkait. Konsep *Toyyib* sangat penting sebagai atribut halal di mana sanitasi, kebersihan, praktik etika dan keamanan juga merupakan bagian penting dari penilaian dan proses akreditasi.²⁹ Standar halal juga mencakup aturan keamanan dan mutu yang menjamin bahwa bahan/bahan baku produk, persiapan, pemrosesan, prosedur higienis dan sanitasi telah memenuhi tidak hanya standar halal tetapi juga memenuhi standar praktik manufaktur yang baik seperti Good Manufacturing Practices (GMP), Hazard Analysis and Critical Control Points (HACCP), dan International Organization for Standardization (ISO) 9000.³⁰

Regulasi halal di negara mayoritas non-muslim dikelola oleh organisasi swasta, sementara di negara mayoritas muslim sangat erat kaitannya dengan lembaga negara yang membidangi urusan agama.³¹ Lembaga-lembaga tersebut memiliki otoritas membuat standar, melakukan pemeriksaan, dan, mengeluarkan sertifikat halal yaitu dokumen yang diterbitkan oleh lembaga otoritas Islam sebagai pernyataan bahwa produk yang ada di dalamnya sesuai standar ketentuan (diet) Islam sebagaimana yang telah ditetapkan badan yang mensertifikasinya.³²

Pelaku usaha jasa penyembelihan di Indonesia, kaitannya dengan sertifikasi halal merupakan “*customer*” dari Badan Penyelenggara Jaminan

²⁹ Abid Haleem, Mohd Imran Khan, dan Shahbaz Khan, “Halal Certification, the Inadequacy of Its Adoption, Modelling and Strategising the Efforts,” *Journal of Islamic Marketing* 11, no. 2 (17 Mei 2019): 386, <https://doi.org/10.1108/JIMA-05-2017-0062>.

³⁰ Haleem, Khan, dan Khan, 156.

³¹ Yakin, “Halal Certification, Standards, and Their Ramifications in Belgium,” 155.

³² Mian N. Riaz Chaudry Muhammad M., ed., *Handbook of Halal Food Production* (Boca Raton: CRC Press, 2017), 248, <https://doi.org/10.1201/9781315119564>.

Produk Halal (BPJPH) sebagai “*provider*” yang menyediakan “layanan alternatif” berupa sertifikat halal bagi usaha jasa penyembelihan. Para peneliti telah mengembangkan teori *Push Pull Mooring* (PPM) untuk mengidentifikasi faktor-faktor apa yang mempengaruhi komitmen “*customer*” untuk mau “beralih (*switch*)” menggunakan “layanan alternatif” yang ditawarkan.³³ Teori PPM terbukti mampu digunakan untuk meneliti perilaku beralih (*switch*) pelanggan dari bank konvensional ke bank syariah,³⁴ juga dari tidak menggunakan produk halal seperti kosmetik beralih menggunakan produk yang bersertifikat halal.³⁵

Menurut teori PPM, ada tiga faktor dasar yang berkaitan dengan peralihan *customer* dari satu produk/layan ke produk/layanan yang lain, yaitu: faktor pendorong (*push*), penarik (*pull*), dan penghambat (*mooring*). *Push* didefinisikan sebagai faktor negatif dari produk/layanan/kadaan asal yang membuat individu menjauh, sementara *pull* merupakan faktor positif dari tempat/produk/layanan baru yang menarik individu,³⁶ adapun *mooring* adalah

³³ Khan, Khan, dan Haleem, “Evaluation of barriers in the adoption of halal certification,” 19 Desember 2018; Bruce Moon, “Paradigms in Migration Research: Exploring ‘Mooring’ as a Schema,” *Progress in Human Geography* 19, no. 4 (1 Desember 1995): 504–24, <https://doi.org/10.1177/030913259501900404>; H. S. Bansal, “‘Migrating’ to New Service Providers: Toward a Unifying Framework of Consumers’ Switching Behaviors,” *Journal of the Academy of Marketing Science* 33, no. 1 (1 Januari 2005): 96–115, <https://doi.org/10.1177/0092070304267928>.

³⁴ Sri Rahayu Hijrah Hati, Gita Gayatri, dan Kenny Devita Indraswari, “Migration (Hijra) to Islamic bank based on push–pull–mooring theory: a services marketing mix perspective,” *Journal of Islamic Marketing* 12, no. 8 (1 Januari 2020): 1637–62, <https://doi.org/10.1108/JIMA-07-2019-0157>.

³⁵ Hasan Al-Banna dan Syayyidah Maftuhatul Jannah, “The Push, Pull, and Mooring Effects Toward Switching Intention to Halal Cosmetic Products,” *Journal of Islamic Marketing* ahead-of-print, no. ahead-of-print (1 Januari 2022), <https://doi.org/10.1108/JIMA-12-2021-0392>.

³⁶ Everett S. Lee, “A Theory of Migration,” *Demography* 3, no. 1 (1966): 47–57, <https://doi.org/10.2307/2060063>; Moon, “Paradigms in Migration Research.”

faktor pelengkap yang memfasilitasi atau menghambat keputusan migrasi baik konteks pribadi atau sosial.³⁷

Ada dua aspek dalam faktor *push* yaitu: ketidakpuasan (*dissatisfaction*) yaitu respon negatif terhadap tingkat pemenuhan dari produk atau layanan yang rendah³⁸ dan penyesalan (*regret*) yakni emosi negatif dengan menyalahkan diri sendiri ketika sadar atau membayangkan bahwa situasi seseorang saat ini akan menjadi lebih baik seandainya orang tersebut memilih tindakan yang berbeda.³⁹ Pada faktor *pull* terdapat aspek daya tarik alternatif (*alternative attractiveness*) yaitu persepsi *customer* sejauh mana alternatif bersaing yang layak tersedia di pasar, ketika manfaat yang dirasakan tinggi dari alternatif dapat mengakibatkan kemungkinan tinggi beralih niat, sebaliknya, alternatif yang tidak menarik membuat pengguna tidak memiliki alasan untuk meninggalkan penyedia layanan pengguna saat ini.⁴⁰ Sementara pada faktor *mooring* terdapat dua aspek. Pertama, biaya beralih (*switching cost*) yang diartikan sebagai biaya yang terkait dengan perubahan penyedia layanan meliputi pengorbanan ekonomi, psikologis, fisik, dan

³⁷ Al-Banna dan Jannah, "The Push, Pull, and Mooring Effects Toward Switching Intention to Halal Cosmetic Products."

³⁸ Yoon C. Cho dan Juyeon Song, "The Effects Of Customer Dissatisfaction On Switching Behavior In The Service Sector," *Journal of Business & Economics Research (JBER)* 10, no. 10 (19 September 2012): 579–92, <https://doi.org/10.19030/jber.v10i10.7267>.

³⁹ Angelina Nhat Hanh Le dan Huong Xuan Ho, "The Behavioral Consequences of Regret, Anger, and Frustration in Service Settings," *Journal of Global Marketing* 33, no. 2 (14 Maret 2020): 84–102, <https://doi.org/10.1080/08911762.2019.1628330>.

⁴⁰ I-Cheng Chang, Chuang-Chun Liu, dan Kuanchin Chen, "The Push, Pull And Mooring Effects in Virtual Migration for Social Networking Sites: Virtual Migration for Social Networking Sites," *Information Systems Journal* 24, no. 4 (Juli 2014): 323–46, <https://doi.org/10.1111/isj.12030>.

emosional dapat terjadi sebelum, selama, dan setelah konversi layanan.⁴¹ Kedua religiusitas (*religiosity*) mengacu pada tingkat keimanan seseorang akan menentukan bagaimana seseorang mengambil keputusan, termasuk dalam hal keputusan konsumsi, salah satu bentuk tingginya tingkat keimanan adalah jika seseorang mengikuti ajaran agamanya dan menjauhi apa yang dilarang dalam agamanya.⁴² Muslim yang baik hanya akan memilih produk yang halal.⁴³

F. Hipotesis

Faktor pendorong (*push*) diantaranta adalah *dissatisfaction* (ketidaknyamanan) dan *regret* (kekecewaaan). *dissatisfaction* (ketidaknyamanan) diartikan sebagai keadaan ketidaknyamanan emosional dan kognitif karena sumber daya yang diinvestasikan (waktu, uang, emosi, dll) tidak sesuai dengan produk yang diperoleh.⁴⁴ Sementara, *regret* (kekecewaaan) adalah rasa sakit ketika seseorang menyadari bahwa produknya tidak seperti yang diharapkan.⁴⁵

Faktor penarik (*pull*) adalah *attractive alternatives* yaitu Sejauh mana alternatif bersaing yang layak tersedia di pasar, ketika manfaat yang dirasakan

⁴¹ - Rizaldi Yusfiarto, - Sunarsih, dan - Darmawan, "Understanding Muslim's Switching from Cash to m-Payments - Base on Push-Pull-Mooring Framework," *Journal of Islamic Marketing*, Agustus 2021, <https://www.emerald.com/insight/1759-0833.htm>.

⁴² Tanti Handriana dkk., "Purchase behavior of millennial female generation on Halal cosmetic products," *Journal of Islamic Marketing* 12, no. 7 (1 Januari 2020): 1295–1315, <https://doi.org/10.1108/JIMA-11-2019-0235>.

⁴³ Al-Banna dan Jannah, "The Push, Pull, and Mooring Effects Toward Switching Intention to Halal Cosmetic Products."

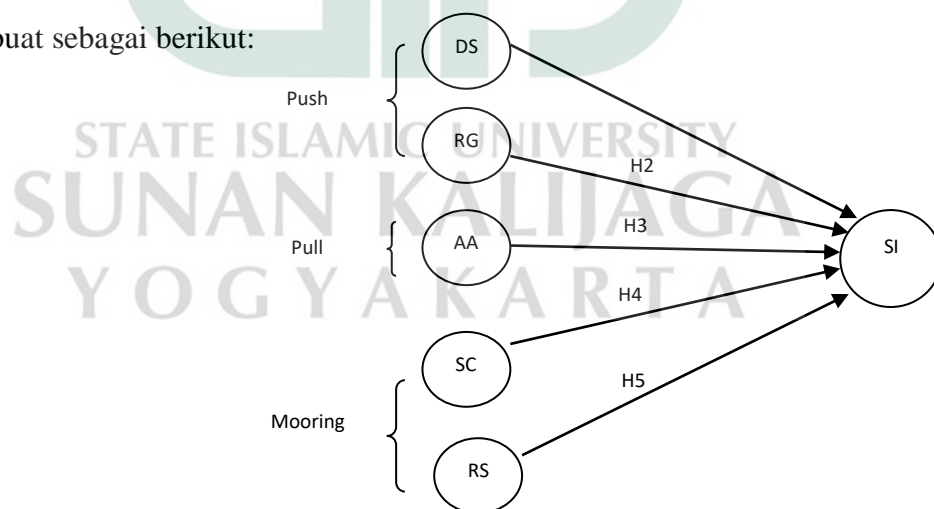
⁴⁴ Cho dan Song, "The Effects Of Customer Dissatisfaction On Switching Behavior In The Service Sector"; Al-Banna dan Jannah, "The Push, Pull, and Mooring Effects Toward Switching Intention to Halal Cosmetic Products."

⁴⁵ Al-Banna dan Jannah, "The Push, Pull, and Mooring Effects Toward Switching Intention to Halal Cosmetic Products."

tinggi dari alternatif dapat mengakibatkan kemungkinan tinggi beralih niat, sebaliknya, alternatif yang tidak menarik membuat pengguna tidak memiliki alasan untuk meninggalkan penyedia layanan pengguna saat ini.⁴⁶

Faktor penghambat (*mooring*) ada dua, yaitu: *switching cost* dan *religiosity*, Arti dari *switching cost* adalah biaya yang terkait dengan perubahan penyedia layanan meliputi pengorbanan ekonomi, psikologis, fisik, dan emosional dapat terjadi sebelum, selama, dan setelah konversi layanan.⁴⁷ Adapun *religiosity* didefinisikan sebagai tingkat kepercayaan dan ketaatan seseorang kepada Tuhan disertai dengan komitmen untuk mengikuti prinsip-prinsip yang dianut melalui praktik keagamaan dalam kehidupan sehari-hari.

Switching Intentions didefinisikan sebagai sikap yang diambil seseorang untuk beralih dari perilaku menggunakan layanan lama untuk mendukung menggunakan layanan alternatif yang baru.⁴⁸ Kontruksi model hipotesis yang dibuat sebagai berikut:



⁴⁶ I-Cheng Chang, Chuang-Chun Liu, dan Kuanchin Chen, "The Push, Pull and Mooring Effects in Virtual Migration for Social Networking Sites: Virtual Migration for Social Networking Sites," *Information Systems Journal* 24, no. 4 (Juli 2014): 323–46, <https://doi.org/10.1111/isj.12030>.

⁴⁷ Rizaldi Yusfiarto, Sunarsih, dan Darmawan, "Understanding Muslim's Switching from Cash to m-Payments - Base on Push-Pull-Mooring Framework."

⁴⁸ Rizaldi Yusfiarto, Sunarsih, dan Darmawan.

Hipotesis (H) 1: *dissatisfaction* (DS) memberi pengaruh signifikan pada *Switching Intentions* (SI)

Hipotesis (H) 2: *regret* (RG) memberi pengaruh signifikan pada *Switching Intentions* (SI)

Hipotesis (H) 3: *attractive alternatives* (AA) memberi pengaruh signifikan pada *Switching Intentions* (SI)

Hipotesis (H) 4 *switching cost* (SC) memberi pengaruh signifikan pada *Switching Intentions* (SI)

Hipotesis (H) 5: *religiosity* (RG) memberi pengaruh signifikan pada *Switching Intentions* (SI)

G. Metode Penelitian

Bagain ini menjelaskan bagaimana penelitian dilakukan, pendekatan yang digunakan, dan langkah-langkah dalam penelitian. Termasuk di dalamnya jenis penelitian, jenis dan cara menentukan sumber data, teknik pengumpulan data, serta analisis data yang digunakan dalam penelitian.

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk jenis penelitian lapangan (*field research*) dengan menggunakan metode campuran (*mix method*). Pemilihan metode campuran didasarkan atas pertimbangan bahwa metode kualitatif dan kuantitatif memiliki kelebihan dan kekurangan masing-masing; dengan mengkombinasikan kekuatan masing-masing diharapkan mampu

mengatasi kekuarangan yang ada. Secara lebih spesifik, penelitian ini termasuk penelitian campuran *sekuensial eksploratori* yang dimulai dengan tahap penelitian kualitatif dengan cara mengeksplorasi pandangan dan pendapat para responden. Data yang didapatkan kemudian dianalisis untuk diidentifikasi instrumen mana yang paling cocok dengan sampel penelitian atau untuk menentukan aspek-aspek pengukuran yang perlu digunakan dalam penelitian kuantitatif selanjutnya.⁴⁹ Tujuan metode ini adalah untuk memformulasikan pengukuran yang hasilnya lebih baik dengan populasi tertentu serta untuk mengetahui apakah data dari kelompok individu (pada fase kualitatif) dapat digeneralisasi dengan sampel populasi yang besar (pada fase kuantitatif).⁵⁰

2. Sumber Data

Data yang kami gunakan terdiri dari dua jenis data: data primer atau data utama dan didukung dengan data sekunder. Pengertian data primer disini adalah data yang dikumpulkan oleh peneliti secara langsung untuk dianalisis agar menemukan pemecahan masalah yang diteliti.⁵¹ Data primer diuji kedekatannya dengan kebenaran dan kendali atas kesalahan.⁵² Data sekunder merupakan data umum yang ada atau bebas diakses

⁴⁹ John W. Creswell, *Research design: qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*, 4th ed (Thousand Oaks: SAGE Publications, 2014), 21.

⁵⁰ Creswell, *Reserch Design, Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran*, 301.

⁵¹ Uma Sekaran dan Roger Bougie, *Research Methods for Business: a Skill-Building Approach*, Seventh edition (Chichester, West Sussex: Wiley, 2016), 395.

⁵² Donald R. Cooper dan Pamela S. Schindler, *Business Research Methods*, Twelfth edition, The McGraw-Hill/Irwin series in operations and decision sciences business statistics (New York, NY: McGraw-Hill/Irwin, 2014), 86.

sehingga peneliti tidak perlu mengumpukannya secara langsung.⁵³ Hal tersebut membuat data sekunder setidaknya memiliki satu tingkat interpretasi yang disisipkan antara peristiwa (fenomena) sebenarnya dan rekaman/dokumentasinya.⁵⁴

a. Data Primer

Data primer penelitian kami berasal dari hasil wawancara dan pengisian kuisisioner. Wawancara pada fase kualitatif kami lakukan menggunakan *face to face interview* dengan partisipan dan beberapa partisipan diwawancarai dengan telepon. Pertanyaan-pertanyaan pada wawancara umumnya tidak terstruktur (*unstructured*) dan terbuka (*open ended*). Tujuan wawancara tidak terstruktur adalah untuk memunculkan permasalahan ke permukaan agar peneliti bisa menentukan faktor-faktor yang perlu dilakukan penyelidikan mendalam lebih lanjut.⁵⁵

Sementara pengisian kuisisioner dilakukan dari sampel yang dipilih oleh peneliti. Sampel adalah sekumpulan objek penelitian mencakup manusia, hewan, makhluk hidup, bahkan benda mati sekalipun; yang dipilih dalam jumlah yang relatif kecil untuk mewakili populasi.⁵⁶

Proses menentukan sampel penelitian menggunakan *probability sampling*, dimana setiap komponen populasi berkesempatan dipilih

⁵³ Sekaran dan Bougie, *Research methods for business*, 396.

⁵⁴ Cooper dan Schindler, *Business Research Methods*, 86.

⁵⁵ Sekaran dan Bougie, *Research methods for business*, 113.

⁵⁶ Abdul Qoyum, Izra Berakon, dan Rizqi Umar Al-Hashfi, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis Islam* (Depok: Rajawali Pers, 2021), 72.

menjadi sampel.⁵⁷ Secara alami *probability sampling (unrestricted)* dapat bersifat tidak terbatas atau lebih dikenal sebagai *simple random sampling*.⁵⁸ Teknik *simple random sampling* ini lah yang kami gunakan dalam menentukan sampel, dimana seluruh populasi memiliki kesempatan, hak, atau kedudukan yang sama dalam pemilihan sampel penelitian.⁵⁹ Populasi yang kami teliti adalah pelaku usaha jasa pemotongan ayam/unggas di Daerah Istimewa Yogyakarta.

Sampel harus secara akurat mencerminkan populasi sasaran yang menjadi tujuan pengujian. Ada dua variabel penting dalam penentuan sampel: ukuran (*size*) dan keterwakilan.⁶⁰ Jumlah minimal sampel dalam penelitian kuantitatif menurut Kerlinger dan Lee adalah 30 sampel.⁶¹ Namun perlu diperhatikan juga bahwa tidak ada pernyataan tentang ukuran sampel yang dapat dibuat tanpa menghubungkannya dengan populasi dari mana ia berasal. Poin yang lebih penting daripada ukuran adalah keterwakilan sampel (representatif). Sampel normatif yang kecil tapi representatif jauh lebih unggul daripada sampel besar tapi bias.⁶² Oleh sebab itu, jumlah sampel yang kami pilih adalah 30 sampel yang dibagi ke lima kabupaten/kota yang ada di wilayah DIY karena mempertimbangkan keterwakilan. Jumlah paling sedikit 3

⁵⁷ Qoyum, Berakon, dan Al-Hashfi, 72.

⁵⁸ Sekaran dan Bougie, *Research methods for business*, 242.

⁵⁹ Qoyum, Berakon, dan Al-Hashfi, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis Islam*, 73.

⁶⁰ Paul Kline, *A Handbook of Test Construction: Introduction to Psychometric Design* (London: Routledge, 2015), 159.

⁶¹ Fred N. Kerlinger dan Howard B. Lee, *Foundations of Behavioral Research*, 4th ed (Fort Worth, TX: Harcourt College Publishers, 2000), 117.

⁶² Kline, *A Handbook of Test Construction*, 160.

sampel di Kota Jogja karena jasa pemotongan hanya sedikit di kota dan lebih banyak di desa. Jumlah sampel terbanyak di Kabupaten Sleman dan Bantul dengan jumlah masing-masing 9 sampel. Sementara Kabupaten Kulon Progo dengan 5 sampel dan Gunungkidul 4 sampel.

b. Data Sekunder

Data sekunder pada penelitian kami merupakan data yang tersedia atau diambil dari hasil pengumpulan data pihak lain seperti data statistik, publikasi dari lembaga pemerintahan, informasi dari dalam atau luar organisasi baik yang dipublikasi maupun yang tidak dipublikasikan, situs atau halaman web perusahaan, dan sumber-sumber lain baik cetak maupun online. Sebelum digunakan, data tersebut harus dievaluasi dengan hati-hati untuk memastikan keandalan dan relevansinya.⁶³

3. Teknik Pengumpulan Data

Pada fase kualitatif kami mewawancarai pihak yang memiliki kaitan dengan jasa penyembelihan hewan seperti: pemilik usaha, juru sembelih, dan dinas bidang peternakan, kesehatan hewan, dan kesehatan veteriner. Metode wawancara dilakukan secara umum dengan *face to face interview*, namun ada beberapa wawancara yang dilakukan melalui media *whats apps* (WA) baik lewat telepon maupun *chat*.

⁶³ Sekaran dan Bougie, *Research methods for business*, 37.

Pengisian kuisioner pada fase kuantitatif dilakukan dengan bertemu langsung dengan responden dan menggunakan pertanyaan lewat WA. Pertanyaan pada kuisioner terdiri dari pertanyaan terbuka dan tertutup. Pertanyaan terbuka memberi peluang responden untuk menjawab dengan cara apa pun yang responden pilih. Sementara pertanyaan tertutup menuntut dan membatasi responden untuk memilih di antara jawaban alternatif yang diberikan oleh peneliti.⁶⁴ Pada pertanyaan tertutup kami memberikan alternatif jawaban dengan skala likert, yaitu rancangan skala untuk menguji seberapa kuat responden setuju dengan pernyataan.⁶⁵ Skala likert yang kami gunakan menggunakan lima poin tingkatan yaitu: 1 = Sangat tidak setuju, 2 = Tidak setuju, 3 = Netral Tidak Setuju Maupun Tidak Setuju, 4 = Setuju, 5 = Sangat Setuju.

4. Analisis Data

Analisis data kualitatif dilakukan dengan tiga tahap reduksi data, penyajian data, dan penggambaran kesimpulan. Proses reduksi data dilakukan melalui pengkodean dan kategorisasi dengan proses berulang agar dapat mengenali pola dalam data, menemukan koneksi antara data, dan untuk mengatur data ke dalam kategori yang koheren.⁶⁶ Data yang telah direduksi ditampilkan secara terorganisir dan padat menggunakan matriks, diagram, grafik, frase, dan/atau gambar. Metode penyajian data tersebut dapat membantu mengorganisir data dan mengidentifikasi pola serta hubungan dalam data, sehingga

⁶⁴ Sekaran dan Bougie, 146–47.

⁶⁵ Sekaran dan Bougie, 207.

⁶⁶ Sekaran dan Bougie, 333.

mempermudah proses penarikan kesimpulan. Kesimpulan diambil melalui analisis pola dan hubungan yang ada, atau melalui perbandingan dan kontras antara data yang bersangkutan.⁶⁷ Analisis naratif juga digunakan pada data hasil wawancara yang menggambarkan kejadian tertentu dalam konteks sejarah hidupnya. Melalui analisis naratif dapat memunculkan informasi tentang anteseden dan konsekuensi dari suatu kejadian tertentu untuk menghubungkan kejadian satu dengan kejadian lain.⁶⁸

Setelah data kuantitatif terkumpulkan dari sampel yang representatif dari populasi, langkah selanjutnya adalah menganalisisnya untuk menjawab pertanyaan penelitian. Data harus dipastikan lengkap, akurat, dan cocok untuk dianalisis selanjutnya. Data yang masih ada tanggapan kosong atau jawaban tidak logis dan konsisten karena responden tidak memahami pertanyaan dengan baik, perlu diedit dengan hati-hati memastikan agar data tidak bias.⁶⁹

Data yang sudah dipastikan akurat, lengkap, dan cocok; digunakan untuk menguji hipotesis berdasarkan kerangka teori yang sudah dikembangkan. Untuk mengkonfirmasi dan mengeksplorasi teori maka digunakan analisis multivariat. Salah satu Teknik analisis multivariat yang mampu menjelaskan perkembangan model penelitian yang kompleks dan dinamis adalah *Structural Equation Modeling* (SEM). Penelitian untuk menjelaskan isu dan fenomena faktual dengan menggunakan berbagai macam landasan teori yang relevan

⁶⁷ Sekaran dan Bougie, 347.

⁶⁸ Sekaran dan Bougie, 350.

⁶⁹ Sekaran dan Bougie, 271–76.

atau dengan model yang kompleks seperti *Theory of Planned Behavior* (TPB) dapat diuji secara simultan menggunakan SEM.⁷⁰

H. Sistematika Pembahasan

Guna mempermudah dan mensistematisasi alur penulisan tesis yang disertai dengan logika atau argumentasi penulis mengenai susunan bagian-bagian tesis. Kami membagi keseluruhan penelitian menjadi beberapa bagian untuk mempermudah penyusunan dan pembahasan. Penjelasan tentang pembagian pembahasan sebagai berikut:

Bab I merupakan bagian pendahuluan yang terdiri dari: latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan signifikansi penelitian, kerangka teoritis, hipotesis, metode penelitian serta sistematika pembahasan.

Bab II membahas tentang regulasi dan daya tarik sertifikasi halal, meliputi: regulasi juru sembelih, cara penyembelihan, dan tempat penyembelihan; serta potensi dan program-program yang dilakukan pemerintah dalam membentuk daya tarik sertifikasi halal.

Bab III mendeskripsikan keadaan, posisi, dan standar penyembelihan halal pelaku usaha jasa penyembelihan.

Bab IV menganalisis faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi pelaku usaha untuk mau/tidak mau melakukan sertifikasi halal.

Bab V adalah bagian penutup yang berisi kesimpulan dan saran.

⁷⁰ Qoyum, Berakon, dan Al-Hashfi, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis Islam*, 91–92.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Alasan yang melatarbelakangi keputusan pelaku usaha untuk mau/tidak mau melakukan sertifikasi halal ada 2 faktor: “kekecewaan” dan “daya tarik alternatif”. Pelaku usaha yang merasa kecewa dengan keadaannya saat ini dengan membandingkan daya tarik alternatif yang dimiliki jika memiliki sertifikasi halal akan membuat mereka beralih melakukan sertifikasi halal. Begitu juga sebaliknya, pelaku usaha yang tidak mau melakukan sertifikasi halal disebabkan mereka tidak kecewa bahkan nyaman dengan keadaan saat ini (tidak memiliki sertifikat halal) karena alternatif yang ditawarkan sertifikasi halal tidak cukup menarik bagi bisnis mereka.

Mayoritas pelaku usaha jasa penyembelihan adalah UMK yang memiliki keterbatasan informasi, pendanaan, dan kemampuan. Cara pandang pelaku usaha jasa penyembelihan adalah bagaimana dengan keadaan yang ada usaha mereka dapat berjalan dan memenuhi kebutuhan keluarga dan karyawan. Pelaku usaha jasa penyembelihan harus berhadapan dengan problem harga, baik ketidakstabilan harga maupun persaingan harga dalam penjualan. Selain itu, pelaku usaha jasa penyembelihan dituntut kerja maksimal dengan waktu dan tenaga kerja yang minimal. Target capaian kerjanya adalah kuantitas bukan kualitas. Sehingga aspek penjagaan kualitas seperti jaminan halal bukan menjadi hal yang menarik dan dibutuhkan oleh pelaku usaha.

Proses sertifikasi halal membutuhkan pemahaman, waktu, tenaga, dan biaya. Mayoritas pelaku usaha jasa penyembelihan pada dasarnya memiliki keinginan untuk melakukan sertifikasi halal. Pelaku usaha jasa penyembelihan paham dan mengakui potensi bisnis yang didapat ketika memiliki sertifikat halal. Namun kendalanya, pelaku usaha jasa penyembelihan tidak memiliki pemahan tentang proses sertifikasi halal. disamping itu, budaya kerja pelaku usaha jasa penyembelihan yang setiap hari hampir 24 jam bekerja dengan keterbatasan tenaga kerja, sehingga mereka kurang memiliki waktu dan tenaga untuk mengurus sertifikasi halal.

Potensi industri halal memberi pengaruh positif dan signifikan terhadap niat pelaku usaha untuk beralih menggunakan sertifikat halal. Para palaku usaha percaya dengan potensi industri halal seperti kepercayaan pelanggan, pasar yang lebih luas/baik, dan kenaikan pendapatan jika meiliki sertikat halal. Selain itu, yang termasuk dan mendukung daya tarik sertifikasi halal adalah pengetahuan tentang kewajiban sertifikasi halal dari pelaku usaha, tuntutan dari kosumen untuk menyediakan produk yang bersertifikat halal, serta tuntutan dan fasilitasi dari pemerintah dalam proses sertifikasi halal.

B. Saran

Penelitian ini mencakup satu wilayah DIY, sehingga penelitian dengan cakupan wilayah lain atau yang lebih luas disarankan, untuk mengembangkan kajian sertifikasi dan insdustri halal khususnya sektor penyembelihan hewan.

Bagi pemangku kebijakan (*stake holder*) disarankan untuk meningkatkan dan mengembangkan daya tarik sertifikat dan industri halal untuk tujuan khusus mengakselerasi sertifikasi halal pada jasa penyembelihan dan secara umum untuk kemajuan industri halal di Indonesia. Aspek-aspek yang termasuk dalam daya tarik sertifikat halal diantaranya: *pertama*, pengetahuan tentang pentingnya dan manfaat sertifikat halal bagi pelaku usaha dan konsumen yang perlu ditingkatkan; *kedua*, ketegasan dan kepastian hukum jaminan produk halal bagi produsen maupun konsumen, dengan disertai kemudahan dan akselerasi dalam proses sertifikasi halal; *ketiga*, meningkatkan potensi industri halal baik dengan penyediaan pasar potensial yang lebih luas dan lebih baik bagi produk bersertifikasi halal maupun fasilitas pendanaan dan jaringan ekosistem bisnis yang mendukung UMK bersertikat halal.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Al-Juzairi, Syaikh Abdurrahman. *Fikih Empat Madzhab*. 3. Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2017.
- Bottoni, Rossella. "Legal Aspects of Halal Slaughter and Certification in the European Union and Its Member States." Dalam *The Halal Food Handbook*, disunting oleh Yunes Ramadan Al-Teinaz, Stuart Spear, dan Ibrahim H. A. Abd El-Rahim, 1 ed., 253–70. Wiley, 2020. <https://doi.org/10.1002/9781118823026.ch16>.
- Chaudry, Mian N. Riaz, Muhammad M., ed. *Handbook of Halal Food Production*. Boca Raton: CRC Press, 2017. <https://doi.org/10.1201/9781315119564>.
- , ed. *Handbook of Halal Food Production*. Boca Raton: CRC Press, 2017. <https://doi.org/10.1201/9781315119564>.
- Christensen, Clayton M. *The Innovator's Dilemma: When New Technologies Cause Great Firms to Fail*. The management of innovation and change series. Boston, Mass: Harvard Business School Press, 1997.
- Cooper, Donald R., dan Pamela S. Schindler. *Business Research Methods*. Twelfth edition. The McGraw-Hill/Irwin series in operations and decision sciences business statistics. New York, NY: McGraw-Hill/Irwin, 2014.
- Creswell, Jhon W. *Reserch Design, Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran*. 4 ed. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2021.
- Creswell, John W. *Research design: qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. 4th ed. Thousand Oaks: SAGE Publications, 2014.
- Dahlan, Abdul Aziz. *Ensiklopedi Hukum Islam. 6: QAN - TAS*. Vol. 6. Jakarta: Ichtiar Baru, 1996.
- Ferlito, Carmelo, dan Hizkia Respatiadi. *Policy Reforms on Poultry Industry in Indonesia*. Jakarta, Indonesia: Center for Indonesian Policy Studies, 2018.
- Fischer, Johan. *The Halal Frontier: Muslim Consumers in a Globalized Market*. 1st edition. Contemporary Anthropology of Religion. New York, NY Houndmills, Basingstoke: Palgrave Macmillan, 2011.
- Hair, Joseph F., ed. *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Second edition. Los Angeles: Sage, 2017.
- John Lever dan Awal Fuseini. "Halal Slaughter." Dalam *Routledge Handbook of Islamic Ritual and Practice*, 1 ed., 554. London: Routledge, 2022.
- Kerlinger, Fred N., dan Howard B. Lee. *Foundations of Behavioral Research*. 4th ed. Fort Worth, TX: Harcourt College Publishers, 2000.
- Kline, Paul. *A Handbook of Test Construction: Introduction to Psychometric Design*. London: Routledge, 2015.
- Leaman, Oliver, ed. *Routledge handbook of Islamic ritual and practice*. New York: Routledge, 2022.
- Lee, Everett S. "A Theory of Migration." *Demography* 3, no. 1 (1966): 47–57. <https://doi.org/10.2307/2060063>.
- Lever, John, dan Johan Fischer. *Religion, Regulation, Consumption: Globalising Kosher and Halal Markets*. Manchester: Manchester university press, 2018.
- Mannheim, Karl. *Ideology and Utopia: An Introduction to the Sociology of Knowledge*. Repr. London: Routledge & Kegan Paul, 1979.

- Mulyono, Agus, Koeswinarno, Anik Farida, Fauziah, Zaenal Abidin, Fakhruddin M, Achmad Rosidi |, dan Selamat. *Juru Penyembelihan Halal (Juleha) di Indonesia*. Jakarta: Litbangdiklat Press, 2020.
- Nawawi, Imam. *Al Majmu' Syarah Al Muhadzdzab/ Penerjemah, Solihin*. Vol. 10. 32 vol. Jakarta: Pustaka Azzam, 2014.
- Schumpeter, dan Joseph. *Capitalism, Socialism and Democracy*. Routledge, 1994.
- Sekaran, Uma, dan Roger Bougie. *Research Methods for Business: a Skill-Building Approach*. Seventh edition. Chichester, West Sussex: Wiley, 2016.
- Standar, Dinar. *State of the Global Islamic Economy Report 2022*. Dubai Economy and Tourism (DET), 2022.
- Tambunan, Tulus. *UMKM di Indonesia*. Cet. 1. Ciawi, Bogor: Ghalia Indonesia, 2009.
- Yakin, Ayang, Louis-Léon Christians, dan Baudouin Dupret. "Rethinking Halal: Critical Perspective on Halal Markets and Certification." Dalam *Rethinking Halal: Genealogy, Current Trends, and New Interpretations*, 1–22. BRILL, 2021. https://doi.org/10.1163/9789004459236_002.
- Yakin, Ayang Utriza. "Halal Certification, Standards, and Their Ramifications in Belgium." Dalam *Rethinking Halal*, 153–95. Brill, 2021. https://doi.org/10.1163/9789004459236_008.
- Zuhayli, Wahbah al-, dan Abdul Hayyie Al-Kattani. *Fiqih Islam wa Adillatuhu*. Vol. 4. Kuala Lumpur: Darul Fikir, 2010.
- . *Fiqih Islam wa Adillatuhu/ Penerjemah, Abdul Hayyie al-Kattani, dkk*. Vol. 4. 10 vol. Depok: Gema Insani, 2010.

Jurnal

- Adamsah, Bahtiar, dan Ganjar Eka Subakti. "Perkembangan Industri Halal Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Manusia." *Indonesia Journal of Halal* 5, no. 1 (22 Juni 2022): 71–75. <https://doi.org/10.14710/halal.v5i1.14416>.
- Al-Banna, Hasan, dan Syayyidah Maftuhatul Jannah. "The Push, Pull, and Mooring Effects Toward Switching Intention to Halal Cosmetic Products." *Journal of Islamic Marketing* ahead-of-print, no. ahead-of-print (1 Januari 2022). <https://doi.org/10.1108/JIMA-12-2021-0392>.
- Albanna, Hasan, dan Ika Lutpika. "Switching Behaviour in Using Islamic Digital Banks in Indonesia: Push-Pull Mooring Model." *Journal of Finance and Islamic Banking* 5, no. 2 (2022). <https://doi.org/10.22515/jfib.v5i2.5150>Anwar, Moch Khoirul. "Respon Pelaku Usaha Rumah Potong Ayam Terhadap Kewajiban Sertifikasi Halal." *JURNAL HUKUM EKONOMI SYARIAH* 3, no. 1 (17 April 2020): 27–39. <https://doi.org/10.30595/jhes.v0i0.7112>.
- Bansal, H. S. "'Migrating' to New Service Providers: Toward a Unifying Framework of Consumers' Switching Behaviors." *Journal of the Academy of Marketing Science* 33, no. 1 (1 Januari 2005): 96–115. <https://doi.org/10.1177/0092070304267928>.
- Bergeaud-Blackler, Florence, Johan Fischer, dan John Lever, ed. *Halal Matters: Islam, Politics and Markets in Global Perspective*. 1 ed. Routledge, 2015. <https://doi.org/10.4324/9781315746128>.
- Chang, I-Cheng, Chuang-Chun Liu, dan Kuanchin Chen. "The Push, Pull And Mooring Effects in Virtual Migration for Social Networking Sites: Virtual Migration for Social Networking Sites." *Information Systems Journal* 24, no. 4 (Juli 2014): 323–46. <https://doi.org/10.1111/isj.12030>.

- . “The Push, Pull and Mooring Effects in Virtual Migration for Social Networking Sites: Virtual Migration for Social Networking Sites.” *Information Systems Journal* 24, no. 4 (Juli 2014): 323–46. <https://doi.org/10.1111/isj.12030> Cho, Yoon C., dan Juyeon Song. “The Effects Of Customer Dissatisfaction On Switching Behavior In The Service Sector.” *Journal of Business & Economics Research (JBER)* 10, no. 10 (19 September 2012): 579–92. <https://doi.org/10.19030/jber.v10i10.7267>.
- Dey, Bidit Lal, Wafi Al-Karaghoul, Stanimir Minov, Mujahid Mohiuddin Babu, Angela Ayios, Syed Sardar Mahammad, dan Ben Binsardi. “The Role of Speed on Customer Satisfaction and Switching Intention: A Study of the UK Mobile Telecom Market.” *Information Systems Management* 37, no. 1 (2 Januari 2020): 2–15. <https://doi.org/10.1080/10580530.2020.1696526>.
- Fan, Alei, Luorong (Laurie) Wu, Li Miao, dan Anna S. Mattila. “When Does Technology Anthropomorphism Help Alleviate Customer Dissatisfaction After a Service Failure? – The Moderating Role of Consumer Technology Self-Efficacy and Interdependent Self-Construal.” *Journal of Hospitality Marketing & Management* 29, no. 3 (2 April 2020): 269–90. <https://doi.org/10.1080/19368623.2019.1639095>.
- Fang, Yu-Hui, dan Kwei Tang. “Involuntary Migration in Cyberspaces: The Case of MSN Messenger Discontinuation.” *Telematics and Informatics* 34, no. 1 (1 Februari 2017): 177–93. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2016.05.004>.
- Faridah, Hayyun Durrotul. “Halal Certification in Indonesia; History, Development, and Implementation.” *Journal of Halal Product and Research (JHPR)* 2, no. 2 (21 Desember 2019): 68–78. <https://doi.org/10.20473/jhpr.vol.2-issue.2.68-78>.
- Fuseini, Awal, Steve B. Wotton, Phil J. Hadley, dan Toby G. Knowles. “The Perception and Acceptability of Pre-Slaughter and Post-Slaughter Stunning for Halal Production: The Views of UK Islamic Scholars and Halal Consumers.” *Meat Science* 123 (1 Januari 2017): 143–50. <https://doi.org/10.1016/j.meatsci.2016.09.013>.
- Khan, Shahbaz, Mohd Imran Khan, dan Abid Haleem. “Evaluation of Barriers in the Haleem, Abid, Mohd Imran Khan, dan Shahbaz Khan. “Halal certification, the inadequacy of its adoption, modelling and strategising the efforts.” *Journal of Islamic Marketing* 11, no. 2 (1 Januari 2019): 384–404. <https://doi.org/10.1108/JIMA-05-2017-0062>.
- . “Halal Certification, the Inadequacy of Its Adoption, Modelling and Strategising the Efforts.” *Journal of Islamic Marketing* 11, no. 2 (17 Mei 2019): 384–404. <https://doi.org/10.1108/JIMA-05-2017-0062>.
- Handriana, Tanti, Praptini Yulianti, Masmira Kurniawati, Nidya Ayu Arina, Ratri Amelia Aisyah, Made Gitanadya Ayu Aryani, dan Raras Kirana Wandira. “Purchase behavior of millennial female generation on Halal cosmetic products.” *Journal of Islamic Marketing* 12, no. 7 (1 Januari 2020): 1295–1315. <https://doi.org/10.1108/JIMA-11-2019-0235>.
- Hati, Sri Rahayu Hijrah, Gita Gayatri, dan Kenny Devita Indraswari. “Migration (Hijra) to Islamic bank based on push–pull–mooring theory: a services marketing mix perspective.” *Journal of Islamic Marketing* 12, no. 8 (1 Januari 2020): 1637–62. <https://doi.org/10.1108/JIMA-07-2019-0157>.

- . “Migration (Hijra) to Islamic Bank Based on Push–Pull–Mooring Theory: A Services Marketing Mix Perspective.” *Journal of Islamic Marketing* 12, no. 8 (2 November 2021): 1637–62. <https://doi.org/10.1108/JIMA-07-2019-0157>.
- Idris, Idris, Aminuddin Saade, dan Siti Sartika Putri Kinanti Surya. “Evaluasi Pemahaman Masyarakat Tentang Pemetongan Halal RPU Di Kota Makassar.” *Jurnal Agrisistem: Seri Sosek Dan Penyuluhan* 17, no. 2 (24 Desember 2021): 79–86. <https://doi.org/10.52625/j-agr-sosekpenyuluhan.v17i2.202>.
- Irjayanti, Maya, dan Anton Mulyono Azis. “Barrier Factors and Potential Solutions for Indonesian SMEs.” *Procedia Economics and Finance* 4 (2012): 3–12. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(12\)00315-2](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(12)00315-2) Adoption of Halal Certification: a Fuzzy DEMATEL Approach.” *Journal of Modelling in Management* 14 (19 Desember 2018). <https://doi.org/10.1108/JM2-03-2018-0031>.
- . “Evaluation of barriers in the adoption of halal certification: a fuzzy DEMATEL approach.” *Journal of Modelling in Management* 14, no. 1 (1 Januari 2019): 153–74. <https://doi.org/10.1108/JM2-03-2018-0031>.
- Kim, Gimun, Bongsik Shin, dan Ho Geun Lee. “A Study of Factors That Affect User Intentions Toward Email Service Switching.” *Information & Management* 43, no. 7 (1 Oktober 2006): 884–93. <https://doi.org/10.1016/j.im.2006.08.004>.
- Kurniawati, Dwi Agustina, dan Hana Savitri. “Awareness level analysis of Indonesian consumers toward halal products.” *Journal of Islamic Marketing* 11, no. 2 (1 Januari 2019): 522–46. <https://doi.org/10.1108/JIMA-10-2017-0104>.
- Le, Angelina Nhat Hanh, dan Huong Xuan Ho. “The Behavioral Consequences of Regret, Anger, and Frustration in Service Settings.” *Journal of Global Marketing* 33, no. 2 (14 Maret 2020): 84–102. <https://doi.org/10.1080/08911762.2019.1628330>.
- Liu, Jing, dan Jungmann Lee. “Factors Analysis Influencing the Switching Intention of Chinese Mobile Games Based on Push-Pull-Mooring Model.” *Journal of Information Technology Applications and Management* 27, no. 5 (2020): 49–68. <https://doi.org/10.21219/jitam.2020.27.5.049>.
- Mathras, Daniele, Adam Cohen, Naomi Mandel, dan David Mick. “The Effects of Religion on Consumer Behavior: A Conceptual Framework and Research Agenda.” *Journal of Consumer Psychology* 26 (1 Agustus 2015). <https://doi.org/10.1016/j.jcps.2015.08.001>.
- Moon, Bruce. “Paradigms in Migration Research: Exploring ‘Moorings’ as a Schema.” *Progress in Human Geography* 19, no. 4 (1 Desember 1995): 504–24. <https://doi.org/10.1177/030913259501900404>.
- Mustahal, Muhamad. “Halal Certification in Slaughterhouses (RPH) Impacts on Halal Certification of Animal-Based Food Products.” *AL-MANHAJ: Jurnal Hukum Dan Pranata Sosial Islam* 4, no. 2 (20 Oktober 2022): 399–408. <https://doi.org/10.37680/almanhaj.v4i2.1749>.
- Nusran, Muhammad, Dien Triana, Syarifa Raehana, Hasanudin Damis, Ahmad Syarifudin, dan Ismail Suardi Wekke. “Policy on Halal Slaughtering Availability for Halal Chicken Needs Makassar City Indonesia.” *International Journal of Engineering & Technology* 7, no. 4.29 (26 November 2018): 75–81. <https://doi.org/10.14419/ijet.v7i4.29.21686>.
- Qoyum, Abdul, Izra Berakon, dan Rizqi Umar Al-Hashfi. *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis Islam*. Depok: Rajawali Pers, 2021.

- Ratnasari, Ririn Tri, Sri Gunawan, Imron Mawardi, dan Kusuma Chandra Kirana. "Emotional experience on behavioral intention for halal tourism." *Journal of Islamic Marketing* 12, no. 4 (1 Januari 2020): 864–81. <https://doi.org/10.1108/JIMA-12-2019-0256>.
- Riptiono, Sulis, Agus Suroso, dan Ade Irma Anggraeni. "Examining the Determinant Factors on Consumer Switching Intention toward Islamic Bank in Central Java, Indonesia." *Humanities & Social Sciences Reviews* 8, no. 2 (1 April 2020): 364–72. <https://doi.org/10.18510/hssr.2020.8241>.
- Rizaldi Yusfiarto, -, - Sunarsih, dan - Darmawan. "Understanding Muslim's Switching from Cash to m-Payments - Base on Push-Pull-Mooring Framework." *Journal of Islamic Marketing*, Agustus 2021. <https://www.emerald.com/insight/1759-0833.htm>.
- Salindal, Normia Akmad. "Halal certification compliance and its effects on companies' innovative and market performance." *Journal of Islamic Marketing* 10, no. 2 (1 Januari 2018): 589–605. <https://doi.org/10.1108/JIMA-04-2018-0080>.
- Sarstedt, Marko, Christian Ringle, dan Joe Hair. "Partial Least Squares Structural Equation Modeling," 2017. https://doi.org/10.1007/978-3-319-05542-8_15-1.
- Shahdan, Intan Azura, Joe Mac Regenstein, dan Mohammad Tariqur Rahman. "Critical Limits for the Control Points for Halal Poultry Slaughter." *Poultry Science* 96, no. 6 (1 Juni 2017): 1970–81. <https://doi.org/10.3382/ps/pew427>.
- Si, Steven, Shaker A. Zahra, Xiaobo Wu, dan Don Jyh-Fu Jeng. "Disruptive Innovation and Entrepreneurship in Emerging Economics." *Journal of Engineering and Technology Management* 58 (Oktober 2020): 101601. <https://doi.org/10.1016/j.jengtecman.2020.101601>.
- Soon, Jan Mei, Mahmood Chandia, dan Joe Mac Regenstein. "Halal Integrity in the Food Supply Chain." *British Food Journal* 119, no. 1 (1 Januari 2017): 39–51. <https://doi.org/10.1108/BFJ-04-2016-0150>.
- Souiden, Nizar, dan Marzouki Rani. "Consumer Attitudes and Purchase Intentions toward Islamic Banks: the Influence of Religiosity." *International Journal of Bank Marketing* 33, no. 2 (1 Januari 2015): 143–61. <https://doi.org/10.1108/IJBM-10-2013-0115>.
- Tsiros, Michael, dan Vikas Mittal. "Regret: A Model of Its Antecedents and Consequences in Consumer Decision Making." *Journal of Consumer Research* 26 (1 Februari 2000): 401–17. <https://doi.org/10.1086/209571>.
- Vellenga, Sipco. "Ritual Slaughter, Animal Welfare and the Freedom of Religion: A Critical Discourse Analysis of a Fierce Debate in the Dutch Lower House." *Journal of Religion in Europe* 8, no. 2 (13 Oktober 2015): 210–34. <https://doi.org/10.1163/18748929-00802004>.
- Wahyono, N D, dan M M D Utami. "A Review of the Poultry Meat Production Industry for Food Safety in Indonesia." *Journal of Physics: Conference Series* 953 (Januari 2018): 012125. <https://doi.org/10.1088/1742-6596/953/1/012125>.
- Zeng, Zhongping, Siqi Li, Jiunn-Woei Lian, Jiang Li, Tao Chen, dan Yujia Li. "Switching Behavior in the Adoption of a Land Information System in China: A Perspective of the Push–Pull–Mooring Framework." *Land Use Policy* 109 (1 Oktober 2021): 105629. <https://doi.org/10.1016/j.landusepol.2021.105629>.
- Zhang, Kem Z. K., Matthew K. O. Lee, Christy M. K. Cheung, dan Huaping Chen. "Understanding the Role of Gender in Bloggers' Switching Behavior." *Decision*

Support Systems, Smart Business Networks: Concepts and Empirical Evidence, 47, no. 4 (1 November 2009): 540–46. <https://doi.org/10.1016/j.dss.2009.05.013> “Equality Among Animals and Religious Slaughter.” *Historical Social Research / Historische Sozialforschung* Vol. 40 No. 4 (2015): Volumes per year: 1</p>.
<https://doi.org/10.12759/HSR.40.2015.4.110-127>.

Wawancara

- Arsyad, Nurgina. Pusat Registrasi dan Sertifikasi Halal BPJPH, Agustus 2023.
- Aryani. Wawancara, Mei 2023.
- Aydin, Serkan, Gökhan Özer, dan Ömer Arasil. “Customer Loyalty and the Effect of Switching Costs as a Moderator Variable : A Case in the Turkish Mobile Phone Market.” *Marketing Intelligence & Planning* 23 (1 Januari 2005): 89–103. <https://doi.org/10.1108/02634500510577492>.
- Badan Perencanaan Pembangunan Nasional. *Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia 2019-2024*. Jakarta: Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional, 2018.
- Hermanto, Oris Dwi. Alasan Pelaku Usaha Jasa Penyembelihan Tidak Melakukan Sertifikasi Halal, 10 April 2023.
- . Sekretaris Juleha Kulon Progo, t.t.
- Joko. Bidang Kesehatan Masyarakat Veteriner Dinas Pertanian Kabupaten Kulon Progo, 10 April 2023.
- Kab. Bantul, Dinas Pertanian. Pendataan, Pembinaan, dan Pengawasan Jasa Penyembelihan di Kabupaten Bantul, 21 Maret 2021.
- Kab. Gunungkidul, Dinas Peternakan. Pendataan, Pembinaan, dan Pengawasan Jasa Penyembelihan di Kabupaten Gunungkidul, 27 Maret 2023.
- Kab. Kulon Progo, Dinas Pertanian. Pendataan, Pembinaan, dan Pengawasan Jasa Penyembelihan di Kabupaten Kulon Progo, 10 April 2023.
- Kab. Sleman, Dinas Pertanian. Pendataan, Pembinaan, dan Pengawasan Jasa Penyembelihan di Kabupaten Sleman, 21 Maret 2022.
- Nuha, Ulin. Surya Jaya Broiler, Mei 2023.
- Raharjo, Winto. Penjual Ayam Pasar Colombo, Mei 2023. Saiful. RPA Barokah Sleman, 5 April 2023.
- Suhartanto, Dwi. “Predicting Behavioural Intention toward Islamic Bank: a Multi-Group Analysis Approach.” *Journal of Islamic Marketing* 10, no. 4 (1 Januari 2019): 1091–1103. <https://doi.org/10.1108/JIMA-02-2018-0041>.
- Sun, Yongqiang, Dina Liu, Sijing Chen, Xingrong Wu, Xiao-Liang Shen, dan Xi Zhang. “Understanding Users’ Switching Behavior of Mobile Instant Messaging Applications: An Empirical Study from the Perspective of Push-Pull-Mooring Framework.” *Computers in Human Behavior* 75 (Oktober 2017): 727–38. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.06.014>.
- Suryawan, Anom Sigit, Shuji Hisano, dan Joost Jongerden. “Negotiating Halal: The Role of Non-Religious Concerns in Shaping Halal Standards in Indonesia.” *Journal of Rural Studies* 92 (Mei 2022): 482–91.
- Widyastuti, Retno. Kepala Bidang Kesehatan Hewan Dinas Peternakan Kabupaten Gunungkidul, 27 Maret 2023.

Wulan, Nawang. Kepala Bidang Peternakan dan Kesehatan Hewan Dinas Pertanian Kabupaten Sleman, 21 Maret 2023.

Zamzamah. Penjual Ayam Pasar Kranggan, Mei 2023.

Website

“85 Persen Rumah Potong Hewan di Indonesia Belum Tersertifikasi Halal - Solopos.com | Panduan Informasi dan Inspirasi.” Diakses 1 November 2022. <https://www.solopos.com/85-persen-rumah-potong-hewan-di-indonesia-belum-tersertifikasi-halal-1441712>.

“Badan Pusat Statistik.” Diakses 24 Juli 2023. <https://demakkab.bps.go.id/news/2021/01/21/67/hasil-sensus-penduduk-2020.html>.

Dirgantara, Adhyasta. “PPATK: Transaksi Rp 349 Triliun Itu Pencucian Uang, tapi Tak Semuanya di Kemenkeu.” Diakses 30 Juli 2023. <https://nasional.kompas.com/read/2023/03/21/19580081/ppatk-transaksi-rp-349-triliun-itu-pencucian-uang-tapi-tak-semuanya-di>.

Guritno, Tatang. “Kasus Korupsi Ditjen Pajak, Saksi Sebut Ada Permintaan Rekalat Kewajiban Pajak dari Rp 70 Miliar jadi Rp 600 Juta.” Diakses 30 Juli 2023. <https://nasional.kompas.com/read/2022/04/14/17541911/kasus-korupsi-ditjen-pajak-saksi-sebut-ada-permintaan-rekalat-kewajiban>.

Investasi, Bareksa Portal. “Ada Tiga Tipe Investor, Kamu Termasuk yang Mana?” Bareksa.com. Diakses 13 Juni 2023. <https://www.bareksa.com/berita/belajar-investasi/2021-03-09/ada-tiga-tipe-investor-kamu-termasuk-yang-mana>.

Kemenag. “Ada 1 Juta Kuota Sertifikasi Halal Gratis 2023, Ini Syarat dan Alur Daftarnya.” <https://kemenag.go.id>, 18 Maret 2023. <https://kemenag.go.id/nasional/ada-1-juta-kuota-sertifikasi-halal-gratis-2023-ini-syarat-dan-alur-daftarnya-gm23w2>.

———. “Pendaftaran Sertifikasi Halal Gratis UMK Ditutup 17 September 2022,” Agustus 2022. <https://www.kemenag.go.id/read/pendaftaran-sertifikasi-halal-gratis-umk-ditutup-17-september-2022-ykra5>.

———. “Sehati, Program Sertifikasi Halal Gratis Untuk UMK Segera Diluncurkan,” 15 Juli 2021. <https://kemenag.go.id/read/sehati-program-sertifikasi-halal-gratis-untuk-umk-segera-diluncurkan>.

———. “Sertifikasi Halal Gratis Dibuka, BPJPH Siapkan 25.000 Kuota untuk UMK,” 19 Maret 2022. <https://www.kemenag.go.id/read/sertifikasi-halal-gratis-dibuka-bpjph-siapkan-25-000-kuota-untuk-umk-y5jkk>Kota Yogyakarta, Dinas Pertanian, Pendataan, Pembinaan, dan Pengawasan Jasa Penyeblahan di Kota Yogyakarta, 20 Maret 2023.

Media, Harian Jogja Digital. “Belum Semua Pengusaha Pemoangan Unggas Miliki Sertifikasi Halal.” [Harianjogja.com](http://harianjogja.com). Diakses 1 November 2022. <https://jogjapolitan.harianjogja.com/read/2021/02/01/513/1062428/belum-semua-pengusaha-pemoangan-unggas-miliki-sertifikasi-halal>.