

**PENGARUH KESADARAN HALAL DAN SERTIFIKASI
HALAL TERHADAP TINGKAT PENJUALAN DAN
KEBERKAHAN BISNIS PADA UMKM DI BANDA ACEH**



**NELLY FITRIA NINGSIH
NIM. 231008035**

**Tesis Ditulis untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan untuk
Mendapatkan Gelar Magister dalam Program Studi
Ekonomi Syariah**

**PASCASARJANA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) AR-RANIRY
BANDA ACEH
2025**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

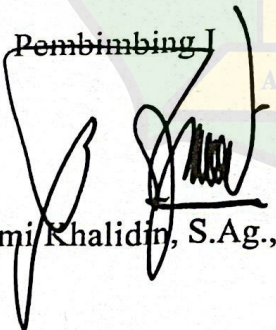
**PENGARUH KESADARAN HALAL DAN SERTIFIKASI
HALAL TERHADAP TINGKAT PENJUALAN DAN
KEBERKAHAN BISNIS PADA UMKM DI BANDA ACEH**

**NELLY FITRIA NINGSIH
NIM. 231008035
PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH**

**Tesis ini sudah dapat diajukan kepada Pascasarjana UIN Ar-
Raniry Banda Aceh untuk diujikan dalam
Ujian Munaqasyah Tesis**

Menyetujui

Pembimbing I



Dr. Bismi Khalidin, S.Ag., M.Si

Pembimbing II



Dr. Khairul Amri, S.E., M.Si

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH KESADARAN HALAL DAN SERTIFIKASI HALAL TERHADAP TINGKAT PENJUALAN DAN KEBERKAHAN BISNIS PADA UMKM DI BANDA ACEH

NELLY FITRIA NINGSIH

NIM. 231008035

Program Studi Ekonomi Syariah

Telah Dipertahankan Di Hadapan Tim Penguji Tesis Pascasarjana
Universitas Islam Negeri (Uin) Ar-Raniry Banda Aceh

Tanggal : 29 Agustus 2025
5 Rabiul Awal 1447 H

TIM PENGUJI

Ketua

Sekretaris

Dr. Bismillah Khalid, S.Ag., M.Si

Cut Dian Fitri, SE., M.Si., Ak., CA

Penguji,

Penguji,

Dr. Muhammad Adnan, SE., M.Si

Dr. Jamhir, S.Ag., M.Ag

Penguji

Penguji

Dr. Ida Friatna, S.Ag., M.Ag

Dr. Khairul Amri, SE., M.Si

Banda Aceh, 30 Agustus 2025

Pascasarjana
Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh

(Prof. Elan Spriatnyani, M.A., Ph.D.)
NIM. 231002191998032001

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Mahasiswa : Nelly Fitria Ningsih
Tempat Tanggal Lahir : Aceh Besar, 14 Juni 1997
NIM : 231008035
Program Studi : Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa tesis ini merupakan hasil karya saya sendiri dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan dalam tesis ini tidak terdapat karya atau pendapatan yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar Pustaka.

Banda Aceh, 30 Agustus 2025

Saya yang menyatakan,



Nelly Fitria Ningsih

NIM. 231008035

PEDOMAN TRANSLITERASI

Untuk memudahkan penulisan tesis ini, ada beberapa aturan yang menjadi pegangan penulis, penulis menggunakan transliterasi dengan mengikuti format yang berlaku pada Pascasarjana Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, sebagaimana tercantum dalam buku panduan penulisan tesis dan disertasi tahun 2019. Transliterasi ini dimaksud untuk sedapatnya mengalihkan huruf, bukan bunyi, sehingga apa yang ditulis dalam huruf latin dapat diketahui bentuk asalnya dalam tulisan Arab. Dengan demikian diharapkan kerancuan makna dapat terhindarkan.

Fonem konsonan Bahasa Arab, yang di dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, di dalam tulisan transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dengan tanda, dan sebagian dengan huruf dan tanda sekaligus, sebagaimana berikut:

1. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	ا	Tidak dilambangkan
ب	Ba'	ا ر ب ر ا ن ر ي	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	Sa'	TH	Te dan Ha
ج	Jim	J	Je
ح	Ha'	H	Ha (dengan titik dibawahnya)

خ	Ka'	KH	Ka dan Ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	ZH	Zet dan Ha
ر	Ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	SH	Es dan Ha
ص	Sad	Ş	Es (dengan titik dibawahnya)
ض	Dad	Ḍ	D (dengan titik dibawahnya)
ط	Ta'	Ṭ	Te (dengan titik dibawahnya)
ظ	Za	Ẓ	Zed (dengan titik dibawahnya)
ع	'Ain	'-	Koma terbalik diatasnya
غ	Gain	GH	Ge dan Ha
ف	Fa'	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En

و	Wawu	W	We
ه/ة	Ha'	H	Ha
ء	Hamza	' -	Apostrof
ي	Ya'	Y	Ye

2. Konsonan yang dilambangkan dengan *W* dan *Y*.

wad'	وضع
'iwad	عوض
Dalw	دلو
Yad	يد
ḥiyal	حيل
ṭahi	طهي

3. Mad

Ūlá	أولي
ṣūrah	صورة
Zhū	ذو
Īmān	إيمان
Fī	في
Kitāb	كتاب

siḥāb	سحاب
Jumān	جمان

4. Diftong dilambangkan dengan *aw* dan *ay*. Contoh:

Awj	اوج
Nawm	نوم
Law	لو
Aysar	أيسر
Shaykh	شيخ
‘aynay	عيني

5. Alif (ا) dan waw (و) ketika digunakan sebagai tanda baca tanpa fonetik yang bermakna tidak dilambangkan. Contoh:

fa'alū	فعلوا
ulā'ika	أولئك
Ūqiyah	أوقية

6. Penulisan *alif maqṣūrah* (ى) yang diawali dengan baris fathah (') ditulis dengan lambang á. Contoh:

ḥattá	حتى
maḍá	مضى

Kubrā	كبرى
Muṣṭafá	مصطفى

7. Penulisan *alif maqṣūrah* (ى) yang diawali dengan baris *kasrah* (ِ) ditulis dengan lambang *ī*, bukan *īy*. Contoh:

Raḍī al-Dīn	رضي الدين
al-Miṣrī	المصري

8. Penulisan ة (tā marbūṭah) bentuk penulisan ة (tā marbūṭah) terdapat dalam tiga bentuk, yaitu: Apabila ة (tā marbūṭah) terdapat dalam satu kata, dilambangkan dengan ه (hā’). Contoh:

ṣalāh	صلاة
-------	------

Apabila ة (tā marbūṭah) terdapat dua kata, yaitu sifat dan yang disifati (*ṣifat mawṣūf*), dilambangkan ه (hā’). Contoh:

al-risālah al-bahīyah	الرسالة البهية
-----------------------	----------------

Apabila ة (tā marbūṭah) ditulis sebagai *muḍāf* dan *mudaf ilayh*, maka *muḍāf* dilambangkan dengan “t”. Contoh:

wizārat al-tarbiyah	وزارة التربية
---------------------	---------------

9. Penulisan ء (hamzah) Penulisan hamzah terdapat dalam bentuk, yaitu:

Apabila terdapat di awal kalimat ditulis dilambangkan dengan “a”. Contoh:

Asad	أسد
------	-----

Apabila terdapat di tengah kata dilambangkan dengan “ ’ ”.

Contoh:

mas’alah	مسألة
----------	-------

10. Penulisan ء (hamzah) *waṣal* dilambangkan dengan “a”. Contoh:

Riḥlat Ibn Jubayr	رحلة ابن جبير
al-istidrāk	الإستدراك
kutub iqtanat’hā	كتب اقتنتها

11. Penulisan *shaddah* atau *tashdīd* terhadap.

Penulisan *shaddah* bagi konsonan waw (و) dilambangkan dengan “ww” (dua huruf w). Adapun bagi konsonan yā’ (ي) dilambangkan dengan “yy” (dua huruf y). Contoh:

Quwwah	قُوَّة
‘aduww	عَدُوٌّ
Shawwāl	شَوَّال
Jaw	جَوّ
al-miṣriyyah	المِصْرِيَّة
Ayyām	أَيَّام

quṣayy	قَصَيّ
al-kashshāf	الكَشَّاف

12. Penulisan alif lām (ال).

Penulisan ال dilambangkan dengan “al” baik pada ال shamsiyyah maupun ال qamariyyah. Contoh:

al-kitāb al-thānī	الكتاب الثاني
al-ittihād	الإتحاد
al-aṣl	الأصل
al-āthār	الأثار
Abū al-Wafā	أبو الوفاء
Maktabah al-Nahḍah al-Miṣriyyah	مكتبة النهضة المصرية
bi al-tamām wa al-kamāl	بالتمام والكمال
Abū al-Layth al-Samarqandī	أبو الليث السمرقندي

Kecuali: Ketika huruf ل berjumpa dengan huruf ل di depannya, tanpa huruf alif (ا), maka ditulis “lil”. Contoh:

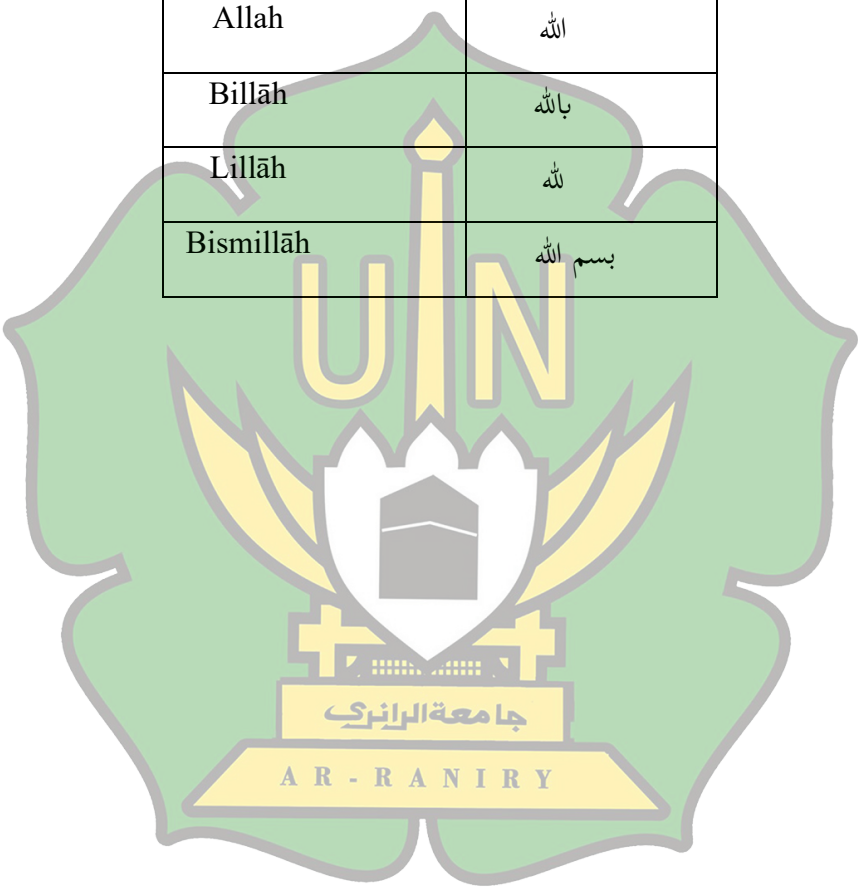
Lil Lil-Sharbaynī	للشربيني
-------------------	----------

13. Penggunaan “ ` ” untuk membedakan antara د (dal) dan ت (tā) yang beriringan dengan huruf ه (hā) dengan huruf ذ (zh) dan (th). Contoh:

Ad'ham	أدهم
Akramat'hā	أكرمتهما

14. Tulisan Allah dan beberapa kombinasinya

Allah	الله
Billāh	بِالله
Lillāh	لله
Bismillāh	بِسْمِ الله



KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah segala puji bagi Allah dengan pujian yang melimpah, Tuhan semesta alam atas segala Rahmat dan karunianya yang tak terputus dan tak terhitung. Shalawat dan salam atas pemimpin kita Nabi Muhammad SAW yang paling mulia, yang diutus Allah sebagai Rahmat bagi semesta alam. Atas nikmat dan karunia yang Allah berikan sehingga tesis ini selesai dan diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar magister pada program studi Ekonomi Syariah Pascasarjana UIN Ar-Raniry Banda Aceh dengan judul: **Pengaruh Kesadaran Halal dan Sertifikasi Halal Terhadap Tingkat Penjualan dan Keberkahan Bisnis Pada UMKM di Banda Aceh.**

Penulis merasa sungguh bersyukur atas anugerah Allah yang telah memberikan kesempatan untuk menyelesaikan tesis ini. Namun, pencapaian ini tidak akan terwujud tanpa doa dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengungkapkan rasa terima kasih dan penghargaan yang sangat besar kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Eka Srimulyani, M.Ag., Ph.D sebagai Direktur Pascasarjana UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
2. Bapak Dr. Bismi Khalidin, S.Ag., M.Si dan Dr. Khairul Amri, S.E., M.Si sebagai dosen pembimbing yang telah mengorbankan waktu dan tenaga sampai perjalanan bimbingan tesis ini selesai.
3. Bapak Dr. Bismi Khalidin, S.Ag., M.Si sebagai dosen penasehat akademik yang selalu memberikan dukungan,

motivasi, semangat selama kuliah dan penulisan tesis ini serta dalam menjalani pendidikan memperoleh gelar magister.

4. Bapak Dr. Bismi Khalidin, S.Ag., M.Si sebagai ketua program studi Ekonomi Syariah yang telah memberikan banyak saran, masukan dan kesempatan dalam proses pengembangan diri, sehingga tesis ini dapat disusun dengan baik.
5. Bapak Dr. Bismi Khalidin, S.Ag., M.Si, Bapak Dr. Khairul Amri, S.E., M.Si, Bapak Dr. Saifullah M. Yunus, Lc., MA., Ph.D, dan Ibu Dr. Ida Friatna, S.Ag., M.Ag. selaku penguji Seminar Proposal Tesis yang telah memberi banyak saran dan masukan sehingga tesis ini menjadi lebih baik.
6. Bapak Dr. Bismi Khalidin, S.Ag., M.Si, Bapak Dr. Khairul Amri, S.E., M.Si, Bapak Dr. Muhammad Adnan, SE., M.Si, dan Ibu Dr. Ida Friatna, S.Ag., M.Ag. selaku penguji Seminar Hasil Tesis yang telah memberikan banyak saran dan masukan sehingga tesis ini menjadi lebih baik.
7. Bapak Dr. Bismi Khalidin, S.Ag., M.Si, Ibu Cut Dian Fitri, SE., M.Si, Ak., CA, Bapak Dr. Muhammad Adnan, SE., M.Si, Bapak Dr. Jamhir, S.Ag., M.Ag, Ibu Dr. Ida Friatna, S.Ag., M.Ag dan Bapak Dr. Khairul Amri, S.E., M.Si. selaku penguji Ujian Sidang Munaqasyah Tesis yang telah memberi banyak saran dan masukan sehingga tesis ini menjadi lebih baik.

8. Seluruh Bapak/Ibu/Kakak/Abang pelaku UMKM di Banda Aceh yang sudah bersedia meluangkan waktunya untuk menjadi responden. Semoga bisnis yang dijalankan berjalan lancar, berkah dan penjualannya meningkat setiap tahunnya.
9. Seluruh dosen program studi Ekonomi Syariah dan tenaga akademik yang telah memberikan motivasi, kontribusi dan pengarahan kepada penulis.
10. Diri sendiri yang telah berjuang dan bekerja keras untuk menyelesaikan tesis ini, walaupun jalannya tidak mudah kuliah dalam keadaan hamil dan menyusun tesis dalam keadaan busui, tapi Alhamdulillah bersyukur bisa sampai ditahap ini.
11. Keluarga tercinta yang selalu memberikan dukungan dan doa yang tak terukur kepada penulis: orang tua, adik-adik, suami dan anak penulis (Andi S, Ely Fiati, Novi Ria Restiana, Narsella Findy Juniar, Ikhsan Andika dan Muhammad Zaverie ZA) yang senantiasa selalu mau direpotkan untuk menjaga bayi saat penulis sedang sibuk penelitian.
12. Kepada seluruh teman dan sahabat seperjuangan tahun 2023 khususnya periode semester genap Pascasarjana UIN Ar-Raniry Banda Aceh; Aklima Mardiana, Dinda Afrakasturi Kasvi, M. Rizki Maulana, Nyak Dila Amelia, dan Yeni Silvia serta kakak leting Windi Hasnati Putri yang sudah banyak membantu penulis, semoga kita selalu dalam kesehatan, ketaatan dan memperoleh ilmu yang bermanfaat bagi orang

banyak, selalu diberkahi dengan kesuksesan dan tetap berada dalam ridha Allah SWT.

Penulis menyadari bahwa tesis ini masih memiliki banyak kekurangan, dan penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari pembaca serta peneliti selanjutnya. Penulis berharap bahwa setiap amalan yang kita lakukan diterima oleh Allah, dan semoga amalan tersebut semata-mata dilakukan untuk mencari keridhaan-Nya, menjadikannya berguna bagi orang lain, menjadi cahaya dalam kehidupan, sebagai bekal di akhirat, dan sebagai syafaat pada hari hisab.

Banda Aceh, 20 Agustus 2025

Penulis

Nelly Fitria Ningsih



ABSTRAK

Judul Tesis : Pengaruh Kesadaran Halal dan Sertifikasi Halal Terhadap Tingkat Penjualan dan Keberkahan Bisnis Pada UMKM di Banda Aceh

Nama/NIM : Nelly Fitria Ningsih/231008035

Pembimbing : 1. Dr. Bismi Khalidin, S.Ag., M.Si
2. Dr. Khairul Amri, S.E., M.Si

Kata Kunci : Kesadaran halal, sertifikasi halal, tingkat penjualan, keberkahan bisnis.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kesadaran halal dan sertifikasi halal terhadap tingkat penjualan dan keberkahan bisnis pada UMKM di Banda Aceh. Penelitian ini menggunakan data primer dan instrumen pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan sampel sebanyak 100 responden yang merupakan pelaku UMKM dibidang makanan atau minuman di Banda Aceh. Proses analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda melalui aplikasi SPSS 23. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kesadaran halal dan sertifikasi halal secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat penjualan. Selanjutnya, kesadaran halal dan sertifikasi halal secara parsial juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberkahan bisnis. Kemudian hasil penelitian secara simultan menunjukkan bahwa kesadaran halal dan sertifikasi halal berpengaruh signifikan terhadap tingkat penjualan dan keberkahan bisnis pada UMKM di Banda Aceh.

ABSTRACT

Thesis Title : *The Effect of Halal Awareness and Halal Certification on Sales Levels and Business Blessings on MSMEs in Banda Aceh*

Name/NIM : Nelly Fitria Ningsih/231008035

Supervisors : 1. Dr. Bismi Khalidin, S.Ag., M.Si
2. Dr. Khairul Amri, S.E., M.Si

Keywords : *Halal awareness, halal certification, sales rate, business blessings.*

This study aims to analyze the influence of halal awareness and halal certification on sales levels and business blessings on MSMEs in Banda Aceh. This study uses primary data and data collection instruments using a questionnaire with a sample of 100 respondents who are MSME actors in the food or beverage sector in Banda Aceh. The data analysis process in this study uses multiple linear regression analysis through the SPSS 23 application. The results of the study show that halal awareness and halal certification partially have a positive and significant effect on sales rates. Furthermore, halal awareness and halal certification partially also have a positive and significant effect on business blessings. Then the results of the study simultaneously showed that halal awareness and halal certification had a significant effect on the level of sales and business blessings for MSMEs in Banda Aceh.

تجريدي

عنوان الرسالة : أثر الوعي بالحلال وشهادة الحلال على مستويات

المبيعات والبركات التجارية على الشركات المتناهية

الصغر والصغيرة والمتوسطة في باندا آتشيه

الاسم / رقم التسجيل : نيللي فيتريا نينسيه / ٢٣١٠٠٨٠٣٥

المُرشد الأول : الدكتور بيسمي خاليدن الماجستير

المُرشد الثاني : الدكتور خير الأمر الماجستير

الكلمات المفتاحية : الوعي بالحلال، شهادة الحلال، معدل المبيعات،

بركات الأعمال.

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل تأثير الوعي بالحلال وشهادة الحلال على مستويات المبيعات والبركات التجارية على الشركات متناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة في باندا آتشيه. تستخدم هذه الدراسة البيانات الأولية وأدوات جمع البيانات باستخدام استبيان مع عينة من ١٠٠ مشارك من الجهات الفاعلة في مجال المنشآت الصغرى والصغيرة والمتوسطة في قطاع الأغذية أو المشروبات في باندا آتشيه. تستخدم عملية تحليل البيانات في هذه الدراسة تحليل الانحدار الخطي المتعدد من خلال تطبيق SPSS ٢٣. تظهر نتائج الدراسة أن الوعي بالحلال وشهادة الحلال لهما تأثير إيجابي وكبير جزئياً على معدلات المبيعات. علاوة على ذلك ، فإن الوعي بالحلال وشهادة الحلال لهما تأثير إيجابي وكبير جزئياً على بركات الأعمال. ثم أظهرت نتائج الدراسة في وقت واحد أن الوعي بالحلال وشهادة الحلال كان لهما تأثير كبير على مستوى المبيعات والبركات التجارية للشركات المتناهية الصغر والصغيرة والمتوسطة في باندا آتشيه.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	v
KATA PENGANTAR	xiii
ABSTRAK.....	xvii
DAFTAR ISI	xx
DAFTAR TABEL	xxiv
DAFTAR GAMBAR	xxv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	10
1.3 Batasan Masalah	11
1.4 Rumusan Masalah.....	13
1.5 Tujuan Penelitian	14
1.6 Kegunaan Penelitian	14
1.7 Kajian Pustaka	18
1.8 Sistematika Pembahasan.....	29
BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA PEMIKIRAN DAN PENGAJUAN HIPOTESIS	31
2.1 Konsep Halal	31
2.1.1 Dalil dan Ayat Tentang Halal	31
2.2 Kesadaran Halal	36
2.2.1 Dimensi Halal	37
2.2.2 Indikator Halal	39
2.3 Sertifikasi Halal	40
2.3.1 Mekanisme dan Prosedur Program Sertifikasi Halal	41
2.3.2 Ketentuan Biaya Sertifikasi Halal	42
2.3.3 Indikator Sertifikasi Halal	42

2.4 Tingkat Penjualan	44
2.4.1 Indikator Tingkat Penjualan	45
2.5 Keberkahan Bisnis.....	46
2.5.1 Indikator Keberkahan Bisnis	47
2.6 Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) ...	50
2.6.1 Klasifikasi UMKM	51
2.6.2 Asas UMKM.....	52
2.7 Kerangka Pemikiran	53
2.7.1 Hubungan Kesadaran Halal Terhadap Tingkat Penjualan	53
2.7.2 Hubungan Sertifikasi Halal Terhadap Tingkat Penjualan	54
2.7.3 Hubungan Kesadaran Halal Terhadap Keberkahan Bisnis.....	54
2.7.4 Hubungan Sertifikasi Halal Terhadap Keberkahan Bisnis.....	55
2.8 Hipotesis Penelitian	57
BAB III METODELOGI PENELITIAN	59
3.1 Jenis Penelitian	59
3.2 Lokasi dan Jadwal Penelitian.....	59
3.3 Populasi dan Sampel.....	60
3.4 Sumber Data	62
3.5 Teknik Pengumpulan Data	63
3.5.1 Kuesioner	63
3.5.2 Dokumentasi	63
3.6 Teknik Analisis Data	64
3.6.1 Skala Pengukuran.....	65
3.6.2 Analisis Deskriptif.....	65
3.7 Definisi Operasional Variabel	65
3.7.1 Variabel Independen.....	65
3.7.2 Variabel Dependen	66
3.8 Uji Kualitas Data	70
3.8.1 Uji Validitas	70

3.8.2 Uji Reabilitas	71
3.9 Analisis Regresi Linier Berganda	71
3.10 Uji Asumsi Klasik	72
3.10.1 Uji Normalitas	72
3.10.2 Uji Multikolinearitas	73
3.10.3 Uji Heteroskedastisitas	74
3.11 Uji Hipotesis	74
3.11.1 Pengujian Secara Parsial (Uji T)	74
3.11.2 Pengujian Secara Simultan (Uji F)	75
3.11.3 Koefisien Determinasi	76
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	78
4.1 Gambaran Umum	78
4.1.1 Keadaan Geografis	78
4.1.2 Perkembangan UMKM di Banda Aceh.....	80
4.2 Deskripsi Data Penelitian	81
4.2.1 Karakteristik Responden	81
4.2.2 Analisis Deskriptif.....	84
4.2.3 Distribusi Jawaban Responden.....	85
4.2.3.1 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Kesadaran Halal (X1)	85
4.2.3.2 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Sertifikasi Halal (X2)	86
4.2.3.3 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Tingkat Penjualan (Y1)	87
4.2.3.4 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Keberkahan Bisnis (Y2)	89
4.3 Analisis Output Statistik	90
4.3.1 Pengujian Kualitas Data	90
4.3.1.1 Uji Validitas Data.....	90

4.3.1.2 Uji Reliabilitas Data	93
4.3.2 Analisis Regresi Linier Berganda.....	94
4.3.3 Uji Asumsi Klasik	97
4.3.3.1 Uji Normalitas	97
4.3.3.2 Uji Multikolinearitas	100
4.3.3.3 Uji Heteroskedastisitas	101
4.3.4 Pengujian Hipotesis.....	103
4.3.4.1 Pengujian Secara Parsial (Uji T)	103
4.3.4.2 Pengujian Secara Simultan (Uji F) ..	105
4.3.4.3 Koefisien Determinasi	105
4.4 Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis.....	107
4.4.1 Pengaruh Kesadaran Halal Terhadap Tingkat Penjualan	107
4.4.2 Pengaruh Sertifikasi Halal Terhadap Tingkat Penjualan	108
4.4.3 Pengaruh Kesadaran Halal dan Sertifikasi Halal Terhadap Tingkat Penjualan	109
4.4.4 Pengaruh Kesadaran Halal Terhadap Keberkahan Bisnis.....	111
4.4.5 Pengaruh Sertifikasi Halal Terhadap Keberkahan Bisnis.....	112
4.4.6 Pengaruh Kesadaran Halal dan Sertifikasi Halal Terhadap Keberkahan Bisnis	113
4.5 Analisis Hasil Kajian	114
BAB V PENUTUP	117
5.1 Kesimpulan.....	117
5.2 Saran	118
DAFTAR PUSTAKA	120

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data UMKM Tahun 2018-2023	6
Tabel 1.2 Kajian Pustaka/Penelitian Terdahulu	23
Tabel 2.1 Daftar Biaya Permohonan Sertifikasi Halal	42
Tabel 3.1 Instrumen Skala Likert	64
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel	66
Tabel 4.1 Karakteristik Responden	81
Table 4.2 Deskriptif Data Statistik	84
Tabel 4.3 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Kesadaran Halal	85
Tabel 4.4 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Sertifikasi Halal	86
Tabel 4.5 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Tingkat Penjualan	88
Tabel 4.6 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Keberkahan Bisnis	89
Tabel 4.7 Uji Validitas	91
Tabel 4.8 Uji Reabilitas	93
Tabel 4.9 Hasil Estimasi Pengaruh Kesadaran Halal dan Sertifikasi Halal Terhadap Tingkat Penjualan	94
Tabel 4.10 Hasil Estimasi Pengaruh Kesadaran Halal dan Sertifikasi Halal Terhadap Keberkahan Bisnis	96

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	55
Gambar 4.1 Diagram UMKM Kota Banda Aceh.....	78
Gambar 4.2 Grafik <i>Normal Probability Plot</i>	96
Gambar 4.3 Grafik Histogram Pada Tingkat Penjualan.....	97
Gambar 4.4 Grafik Histogram Pada Keberkahan Bisnis.....	97
Gambar 4.5 Hasil Uji Heteroskedastisitas Pada Tingkat Penjualan.....	99
Gambar 4.6 Hasil Uji Heteroskedastisitas Pada Keberkahan Bisnis	100



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan ekonomi di bidang perdagangan dan industri telah menciptakan berbagai variasi barang dan/atau jasa yang dapat dikonsumsi¹. Salah satu unsur yang harus diperhatikan dalam mengonsumsi barang dan/atau jasa bagi umat muslim yaitu kehalalan terhadap barang dan/atau jasa tersebut.

Kehalalan dapat dimaknai sebagai standar/acuan yang sesuai dengan nilai-nilai syariah dan diakui oleh seluruh umat muslim sebagai wujud kepatuhan terhadap norma-norma tersebut². Menurut Hidayati³ konsep halal tidak hanya sekedar memenuhi kebutuhan agama, tetapi juga mencakup aspek kesehatan, keamanan, dan keberlanjutan yang semakin menjadi perhatian khusus bagi konsumen global. Dalam era globalisasi ekonomi yang semakin terintegrasi, kesadaran akan pentingnya produk halal telah meningkat secara signifikan, terutama pada konsumen-konsumen muslim yang memandang halal bagian dari gaya hidup.

Kesadaran merupakan hal yang dirasakan oleh seseorang atas

¹ E. Susanti, N. Sari, & K. Amri. Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Kemasan (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam). *Ekobis: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Syariah*. E-ISSN:2579-7042. 2(1), (2018), 44-50.

² A. H. P. F. M. Waharini. Model Pengembangan Industri Halal Food di Indonesia. *Jurnal Muqtasid: Fakultas Ekonomi dan Bisnis 1*, No. 01, (2020), 30-49, <https://doi.org/10.55380/tasyri.v1i01.21>.

³ B.S. Hidayati. Persepsi Konsumen terhadap Produk Halal dari UMKM: Dampak Terhadap Keputusan Pembeli. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis (JEBS)*, 4(4), (2024), 619-625.

keadaan dirinya sendiri. Kesadaran halal merupakan wawasan umat islam dalam memahami permasalahan konsep halal⁴ yaitu pemahaman tentang bagaimana cara memproduksi produk halal dan produk apa saja yang boleh dikonsumsi⁵.

Firman Allah dalam Al-Qur'an Surah Al-Baqarah ayat 168⁶:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ

“Wahai manusia, makanlah sebagian (makanan) di bumi yang halal lagi baik dan janganlah mengikuti langkah-langkah setan. Sesungguhnya ia bagimu merupakan musuh yang nyata.” (QS. Al-Baqarah:168).

Makna ayat tersebut adalah Allah telah memberikan petunjuk kepada umat muslim untuk kriteria makanan yang boleh dikonsumsi adalah makanan yang berstandar halal dan *thayyiban* (semua makanan yang memberikan manfaat dan telah memenuhi syarat/jaminan kesehatan untuk dikonsumsi). Dengan adanya pedoman dari Al-Qur'an, konsumen pastinya mengharapkan bahwa produk yang dikonsumsi tidak hanya memenuhi standar kehalalan, akan tetapi juga mempertimbangkan unsur kebersihan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam⁷. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian

⁴ Nofianti, K. A. dan Rofiqoh, S. N. Kesadaran Dan Logo Halal: Apakah Menentukan Minat Beli? (Studi Pada Praktisi Bisnis UMKM Di Gresik). *Journal of Halal Product and Research*. (2019), 16-25.

⁵ Amarul & Yuda Supriatna. Kesadaran Masyarakat Tentang Label Halal Dalam Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Di Kota Serang, *Jurnal Manajemen Perusahaan: JUMPA*, 1(2), (2023), 53–60. <https://doi.org/10.30656/jumpa.v1i2.6069>.

⁶ Al-Qur'an Surah Al-Baqarah ayat 168.

⁷ Watiningtyas. Persepsi Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah Kota Madiun Terhadap Sertifikasi Produk Halal. *Skripsi Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Ponorogo*,

Izzudin⁸ yang menemukan fakta bahwa kesadaran halal berpengaruh terhadap minat beli makanan kuliner Jember. Hal ini juga didukung oleh penelitian Hamdani et al.⁹ yang menunjukkan bahwa kesadaran halal berpengaruh pada minat beli konsumen KFC di Banda Aceh.

Indonesia merupakan negara dengan jumlah penduduk Muslim terbesar di dunia, sehingga kebutuhan akan produk halal menjadi sangat penting. Pada tahun 2020 Indonesia tercatat dalam data *State of Global Islamic Economy Report* (SGIE) sebagai negara yang melakukan investasi sebesar USD 6,3 juta dalam industri produk halal¹⁰. Produk halal tidak hanya mencakup makanan dan minuman, tetapi juga kosmetik, obat-obatan, dan berbagai produk lainnya yang digunakan sehari-hari.

Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) Kementerian Agama menyampaikan secara resmi mulai tanggal 18 Oktober 2024 setiap produk yang masuk dan beredar dan diperdagangkan di Indonesia harus bersertifikasi halal sebagaimana yang tercantum dalam Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal¹¹. Pemberlakuan kewajiban bersertifikasi halal tersebut mengacu pada ketentuan Peraturan

(2024), 1-78.

⁸ A. Izzuddin. Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Makanan Kuliner Jember. *Prosiding Ekonomi Kreatif Di Era Digital*, 1(1), (2018), 100.

⁹ A. Hamdani, N. Sari, & K. Umuri. Pengaruh Kesadaran Halal dan Sertifikasi Halal Terhadap Minat Beli Produk Kentucky Fried Chicken (KFC). *Journal Al-Buhuts*. 17(2), (2021), 198-212.

¹⁰ M. Ridho, A.A. Maulana, R. Herliyani, N.N. Palah, & L. Marlina. Persepsi UMKM Produk Olahan Ayam Tentang Sertifikasi Halal. *LIKUID: Jurnal Ekonomi Industri Halal*. 3(2), (2023), 44-55.

¹¹ Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal.

Pemerintah (PP) Nomor 42 Tahun 2024 tentang Penyelenggara Bidang Jaminan Produk Halal yang menggantikan PP Nomor 39 Tahun 2021 tentang Penyelenggara Bidang Jaminan Produk Halal yang mengatur bahwa penahapan pertama kewajiban sertifikat halal selama 5 (lima) tahun dan selanjutnya sertifikasi halal bersifat wajib berlaku¹².

Sertifikasi halal merupakan suatu program yang dicanangkan oleh pemerintah untuk mendapatkan sertifikasi halal melalui beberapa tahap pemeriksaan untuk membuktikan bahwa bahan, proses produksi, dan sistem jaminan halal sesuai dengan ketentuan standar Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM-MUI)¹³. Pemerintah Indonesia mengeluarkan regulasi terkait program sertifikasi halal ini bertujuan untuk memberikan jaminan kepada konsumen muslim bahwa produk yang dikonsumsi sesuai dengan syariat Islam dan meningkatkan kesadaran masyarakat akan kehalalan suatu produk¹⁴.

Tujuan penunjang dari sertifikasi halal adalah untuk menetapkan layak/tidak layak suatu produk beredar dan diperjualbelikan. Penetapan itu dilaksanakan setelah lulus audit dari instansi-instansi yang terlibat diantaranya BPJPH, BPOM, LPPOM-MUI, Dinas

¹² Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 42 Tahun 2024 tentang Penyelenggara Bidang Jaminan Produk Halal.

¹³ R. Shofiyah dan L. Qadariyah. Pemaknaan Sertifikasi Halal Bagi Pelaku UMKM Sektor Pangan Yang Telah Bersertifikat Halal di Kabupaten Bangkalan. *Jurnal Ekonomi Syariah dan Bisnis*, (2022), 259.

¹⁴ Fatmawati. Analisis Religiusitas, Kesadaran Halal, Literasi Halal, Dan Niat Berperilaku Dalam Memprediksi Pelaku UMKM Melakukan Sertifikasi Halal Di Kabupaten Bangkalan. *Jurnal Ekonomi Syariah Dan Bisnis*, 6(1), (2023), 76-88. <http://ejournal.unma.ac.id/index.php/Mr/index76>.

Kesehatan dan beberapa pihak-pihak terkait lainnya. Program sertifikasi halal ini memiliki beberapa urgensi tergantung pegiatnya¹⁵. Salah satu unsur pegiat yang harus mengikuti program ini adalah pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).

Program sertifikasi halal memiliki potensi besar untuk meningkatkan daya saing UMKM di pasar domestik maupun internasional. Sertifikasi halal tidak hanya menjadi alat untuk memenuhi kebutuhan konsumen Muslim, tetapi juga membuka peluang untuk ekspansi ke pasar global, terutama di negara-negara yang memiliki populasi penduduk muslim signifikan¹⁶.

Menurut data yang disampaikan oleh Kementerian Keuangan Republik Indonesia Direktorat Jenderal Perbendaharaan¹⁷ pada laporan data Kementerian Koperasi dan UKM bahwa dari 65 juta pemilik/pelaku UMKM, yang mengikuti dan mendaftar program sertifikasi halal tidak lebih dari satu persen. Hal ini disebabkan oleh persepsi pelaku UMKM tersebut belum memahami poin penting dari program sertifikasi halal¹⁸.

¹⁵ Y. Agustina, H. Praktikto, M. Churiyah, & B. A. Dharma. Pentingnya Penyuluhan Sertifikasi Jaminan Produk Halal Untuk Usaha Kecil Menengah (UKM). *Jurnal Graha Pengabdian*, 1(2), (2019), 139–150.

¹⁶ L. Hakim. Potensi UMKM Dalam Membangun Perekonomian Yang Terdampak Pandemi. *INSIGHT. Islamic Economy Bulletin*. www.kneks.go.id, (2021), 7–10. Diakses pada tanggal 13 Desember 2024.

¹⁷ Kementerian Keuangan Republik Indonesia Direktorat Jenderal Perbendaharaan. *Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Lewat Kur dan Insentif UMKM*. <https://djpb.kemenkeu.go.id/kppn/watampone/id/profil/309-artikel/3796-mendorong-pertumbuhan-ekonomi-lewat-kur-dan-insentif-umkm.html>. (2024). Diakses pada tanggal 13 Desember 2024.

¹⁸ R.P. Destiarini, & N. Qomariyah. Persepsi Pelaku UMKM Terhadap Kepemilikan Sertifikasi Halal Untuk Meningkatkan Daya Saing Produk UMKM Madura. ISSN: 2477-6157; E-ISSN 2579-6534. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*. 9(3), 3858-3863, (2023).

Pelaku UMKM memiliki pengaruh dan peran strategis dalam meningkatkan perekonomian Indonesia. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM (ukmindonesia.id, 2023), UMKM menyumbang lebih dari 60% Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap sekitar 97% atau 116 juta (orang) tenaga kerja di Indonesia.

Tabel 1.1
Data UMKM Tahun 2018-2023

Tahun	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Jumlah UMKM (Juta)	64,19	65,47	64	65,46	65	66
Pertumbuhan (%)		1,98	-2,24	2,28	-0,70	1,52

Sumber: Kadin Indonesia (2024)¹⁹

Berdasarkan Tabel 1.1 Data UMKM Tahun 2018-2023, dapat diketahui bahwa data UMKM dari tahun 2018-2023 mengalami fluktuatif. Namun, terjadi peningkatan jumlah pelaku UMKM dari tahun 2022 ke tahun 2023 sebesar 1,52%. Artinya, peran UMKM sangat berpengaruh untuk pertumbuhan perekonomian Indonesia.

Kenaikan jumlah UMKM di Indonesia tentunya memiliki kreativitas dan fleksibilitas yang tinggi dalam menciptakan produk yang bervariasi. Namun, pelaku UMKM sering menghadapi berbagai tantangan dan kendala dalam memenuhi persyaratan sertifikasi halal. Kendala tersebut meliputi kurangnya pengetahuan tentang proses sertifikasi halal, biaya yang dianggap tinggi, serta

¹⁹ Kadin Indonesia. *Data Jumlah UMKM di Indonesia pada 2018 hingga 2023*. <https://dataindonesia.id/industri-perdagangan/detail/data-jumlah-umkm-di-indonesia-pada-2018-hingga-2023>, (2024). Diakses pada tanggal 13 Desember 2024.

prosedur yang dianggap rumit. Hal ini tentunya menjadi hambatan utama dalam upaya untuk pelaku UMKM memasuki perdagangan nasional atau internasional dan mampu bertahan di pasar produk halal yang kompetitif²⁰.

Berdasarkan data dari Dinas Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Aceh²¹ jumlah UMKM di Provinsi Aceh saat ini yaitu sebanyak 74.810 UMKM, diantaranya 9.591 UMKM berada di wilayah Banda Aceh. Jika dilihat berdasarkan peraturan UU No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal²², periode implementasi tahap pertama mulai dari 17 Oktober 2019 hingga 17 Oktober 2024²³. Otomatis harusnya saat ini UMKM di Banda Aceh sudah mengikuti sertifikasi halal. Tetapi fakta di lapangan Pemerintah Kota (Pemko) baru menargetkan 50% UMKM di Banda Aceh memiliki sertifikasi halal pada tahun 2025.

Berdasarkan data Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan dan Kosmetika (LPPOM) Majelis Permusyawaratan Ulama (MPU) Aceh, sejak tahun 2019 hingga Mei 2024 pihaknya telah mengeluarkan 962 sertifikasi halal dari 1.123 pemohon dan sertifikasi halal terbanyak terdapat di Banda Aceh yakni 267 sertifikasi. Artinya, UMKM di Banda Aceh masih terdapat pelaku

²⁰ B.S. Hidayati, 619.

²¹ Data UMKM Dinas Koperasi dan UKM Aceh. *Data UMKM Provinsi Aceh 2024*, (2024). <https://dataumkm.acehprov.go.id/index.php/umkm>. Diakses 12 Desember 2024.

²² Magfirotun. Kedudukan Penyelia Halal dalam Sertifikasi Halal. *Jurnal Pakuan Law Review*, 8(1), (2022).

²³ Z.I.M Tati, R.F. Nugraha, & F. Salsabil. Manajemen Strategi Pembagian Sertifikasi Halal Bagi Pelaku UMKM Guna Mendorong Ekonomi Mandiri. *Jurnal Inovasi Daerah*, (2024), 26-38.

usaha yang belum memiliki kesadaran halal dan mendaftar program sertifikasi halal.

Berdasarkan survei lapangan meskipun di Kota Banda Aceh mayoritas beragama muslim, tetapi tidak sedikit pula pelaku UMKM khususnya dibidang makanan dan minuman yang berasal dari non-muslim. Tentunya perlu jaminan sertifikasi halal yang mendukung usahanya untuk meyakinkan konsumen akan kehalalan produk yang diproduksi untuk dijual. Selain itu, program sertifikasi halal tersebut tidak hanya meningkatkan kepercayaan konsumen dan produsen saja, tetapi juga dapat mempengaruhi tingkat penjualan.

Penjualan adalah hasil dari kegiatan produksi dan pemasaran yang mampu menjual barang/jasa/produk tersebut sehingga terjadi perpindahan *possession utility* (kegunaan kepemilikan)²⁴. Tingkat penjualan merupakan jumlah atau nilai unit barang/jasa/produk yang terjual dalam periode tertentu. Sejumlah pelaku UMKM mengatakan bahwa mampu meningkatkan omzet penjualan beberapa produk setelah mengikuti program sertifikasi halal²⁵. Pada penelitian Segati²⁶ dan Alwi et al.²⁷ menunjukkan sertifikasi halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan penjualan produk halal.

²⁴ Esti Handayani. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Strategi Produk Terhadap Tingkat Penjualan. *Jurnal Manajemen Kewirausahaan*. DOI: <http://dx.doi.org/10.33370/jmk.v16i1.313> 16(1), (2019), 73-82.

²⁵ Detik.com. *Sejumlah Pengusaha Kompak Akui Sertifikat Halal Bantu Tingkatkan Omset*, (2024). <https://www.detik.com/hikmah/khazanah/d-7710787/sejumlah-pengusaha-kompak-akui-sertifikat-halal-bantu-tingkatkan-omset>. Diakses pada tanggal 15 Desember 2024.

²⁶ A. Segati. Pengaruh Persepsi Sertifikasi Halal, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Persepsi Peningkatan Penjualan. *JEBI (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam)*, 3(2), (2018), 159-169.

²⁷ Alwi, T., & Sunarso, R. Peningkatan Penjualan melalui Eksepsi dan Sertifikasi Halal. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 21(1), (2019), 71-80.

Bisnis adalah bagian dari kegiatan ekonomi dan mempunyai peranan yang sangat penting dalam memenuhi kebutuhan manusia. Salah satu contoh bisnis adalah UMKM (Unit Mikro, Kecil dan Menengah). Pelaku UMKM harus memiliki komitmen dan tanggung jawab terhadap usahanya. Di dalam Islam, pelaku usaha tidak hanya mencari keuntungan dari segi profit/omzet semata, tetapi juga mengharap keberkahan dalam bisnis yang sedang dijalankan²⁸.

Firman Allah SWT. dalam Al-Qur'an:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

“Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang.” (QS. An-Nisa’:29).

Makna dari ayat tersebut yaitu tidak boleh menggunakan atau mengambil hak orang lain, di dalam berdagang pun harus atas dasar suka sama suka tidak ada pemaksaan. Tentu saja hal ini dilakukan agar terdapat keberkahan bisnis di dalam berdagang. Bisnis yang berkah adalah bisnis yang menghasilkan rezeki yang bernilai baik. Menurut Rifai dalam penelitiannya menyebutkan bahwa sertifikasi halal dan kesadaran halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberkahan bisnis pada pelaku usaha di Purwokerto.

²⁸ Ahmad Rifai. Pengaruh Sertifikasi Halal dan Kesadaran Halal Terhadap Tingkat Penjualan dan Keberkahan Bisnis (Studi Kasus Pelaku Usaha di Purwokerto). *Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto*, (2023).

Berdasarkan fenomena-fenomena tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang **“Pengaruh Kesadaran Halal dan Sertifikasi Halal Terhadap Tingkat Penjualan dan Keberkahan Bisnis Pada UMKM di Banda Aceh”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas dapat diidentifikasi beberapa masalah:

1. Kurangnya kesadaran halal di kalangan pelaku UMKM di Banda Aceh. Hal ini bisa mempengaruhi keputusan pelaku UMKM untuk mengadopsi prinsip-prinsip halal dalam operasional bisnis. Selain itu, kesadaran yang rendah tentang konsep halal tidak hanya terkait dengan produk tetapi juga dengan proses produksi, sumber bahan baku, serta sistem manajemen yang sesuai dengan syariat Islam.
2. Proses sertifikasi halal yang dianggap rumit dan biaya yang mahal sehingga pelaku UMKM tidak mengikuti program tersebut. Selain itu juga banyak UMKM yang mungkin tidak memiliki pemahaman mengenai prosedur sertifikasi halal sehingga mengalami kesulitan dalam memenuhi standar yang ditetapkan oleh lembaga sertifikasi halal.
3. UMKM di Banda Aceh menghadapi tantang besar dalam bersaing dengan pelaku usaha besar yang sudah memiliki sertifikasi halal. Persaingan yang semakin ketat ini dapat mempengaruhi kemampuan UMKM untuk tetap relevan di pasar. Selain itu, adanya perubahan tren konsumen atau perubahan regulasi pemerintah tentang produk halal juga

perlu dipertimbangkan sebagai faktor yang mempengaruhi hasil penelitian.

4. Sertifikasi halal dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan, tetapi terdapat masalah terkait apakah sertifikasi halal dapat mempengaruhi keberlanjutan bisnis dalam jangka panjang, terutama untuk UMKM yang mempunyai keterbatasan dalam memproduksi produk halal sesuai standar.
5. Masalah lain yang dihadapi adalah ketidakpastian dalam pengukuran pengaruh kesadaran halal dan sertifikasi halal terhadap tingkat penjualan dan keberkahan bisnis. Data yang terbatas atau kurang representatif bisa menyulitkan penelitian untuk menghasilkan kesimpulan yang valid.
6. Aspek keberkahan bisnis tidak hanya tentang profitabilitas finansial, tetapi juga dengan aspek spiritual dan etis dari bisnis yang dijalankan. Masalah yang dapat diidentifikasi adalah bagaimana pelaku UMKM memandang keberkahan dalam menjalankan bisnis dan apakah percaya bahwa kesadaran halal dan sertifikasi halal dapat berkontribusi pada keberkahan tersebut.

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ditetapkan agar penelitian terfokus pada pokok permasalahan yang ada beserta pembahasannya, sehingga diharapkan penelitian ini dibatasi pada:

1. Penelitian ini dibatasi pada UMKM yang berada di Banda Aceh, sehingga hasil yang ditemukan akan relevan untuk

kondisi dan situasi di wilayah tersebut dan tidak sepenuhnya mewakili kondisi daerah lain.

2. Responden yang diteliti adalah pelaku UMKM yang bergerak di sektor makanan dan minuman, karena aspek halal yang sering terlihat dalam produk makanan dan minuman.
3. Subjek penelitian dibatasi pada pelaku UMKM di Banda Aceh yang telah memiliki produk yang bersertifikat halal, belum atau sedang dalam proses memperoleh sertifikasi halal, dan yang belum berencana mengurus sertifikasi halal.
4. Kesadaran halal yang dimaksud dalam penelitian ini mencakup pengetahuan dan pemahaman pelaku UMKM tentang prinsip-prinsip halal dalam produksi dan konsumsi barang dan/atau jasa. Penelitian ini hanya akan mengukur tingkat kesadaran halal dikalangan pelaku UMKM dan tidak akan membahas faktor lain yang dapat mempengaruhi kesadaran halal, seperti faktor pendidikan atau latar belakang agama secara mendalam.
5. Penelitian ini akan membatasi pada pengaruh sertifikasi halal terhadap tingkat penjualan dan keberkahan bisnis. Sertifikasi halal yang dimaksud adalah yang dikeluarkan oleh lembaga yang diakui, seperti; MUI (Majelis Ulama Indonesia). Sertifikasi halal yang digunakan sebagai variabel dalam penelitian ini hanya yang berlaku untuk produk yang dikonsumsi masyarakat (terutama makanan dan minuman) dan tidak akan membahas sertifikasi halal untuk sektor lain seperti kosmetik atau farmasi.

6. Penelitian ini akan mengukur tingkat penjualan yang dapat dipengaruhi oleh kesadaran halal dan sertifikasi halal, berdasarkan data penjualan yang ada pada periode tertentu. Penelitian tidak akan membahas faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi penjualan secara menyeluruh, seperti perubahan ekonomi global atau faktor pemasaran yang tidak berkaitan langsung dengan kesadaran dan sertifikasi halal.
7. Keberkahan bisnis dalam penelitian ini akan dipahami sebagai dampak dari menjalankan bisnis yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam, yang dapat mencakup keuntungan jangka panjang, kepuasan pelanggan, serta dampak positif terhadap komunitas. Penelitian tidak akan mengukur aspek keberkahan dalam konteks spiritual atau personal yang lebih mendalam, tetapi lebih pada dampak dari prinsip halal dalam kelangsungan dan kesuksesan bisnis.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang masalah maka dapat dirumuskan permasalahan yang hendak diteliti, yaitu :

1. Apakah kesadaran halal berpengaruh terhadap tingkat penjualan?
2. Apakah sertifikasi halal berpengaruh terhadap tingkat penjualan?
3. Apakah kesadaran halal dan sertifikasi halal berpengaruh terhadap tingkat penjualan?
4. Apakah kesadaran halal berpengaruh terhadap keberkahan

bisnis?

5. Apakah sertifikasi halal berpengaruh terhadap keberkahan bisnis?
6. Apakah kesadaran halal dan sertifikasi halal berpengaruh terhadap keberkahan bisnis?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada pokok masalah yang akan diteliti, tujuan yang ingin penyusun capai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh kesadaran halal terhadap tingkat penjualan.
2. Untuk menganalisis pengaruh sertifikasi halal terhadap tingkat penjualan.
3. Untuk menganalisis pengaruh kesadaran halal dan sertifikasi halal terhadap tingkat penjualan.
4. Untuk menganalisis pengaruh kesadaran halal terhadap keberkahan bisnis.
5. Untuk menganalisis pengaruh sertifikasi halal berpengaruh terhadap keberkahan bisnis.
6. Untuk menganalisis pengaruh kesadaran halal dan sertifikasi halal berpengaruh terhadap keberkahan bisnis.

1.6 Kegunaan Penelitian

Dari pemaparan latar belakang, rumusan masalah dan tujuan penelitian di atas, peneliti berharap dengan adanya penelitian ini mampu memberi kontribusi sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis adalah manfaat yang berkaitan dengan kemajuan ilmu pengetahuan, baik dalam konsep maupun teorinya. Adapaun manfaat teoritisnya adalah:

- a) Memberikan analisis dan pemahaman yang lebih mendalam mengenai pengaruh kesadaran halal dan sertifikasi halal terhadap Tingkat penjualan dan keberkahan bisnis dalam konteks UMKM di Indonesia, khususnya di Banda Aceh. Secara tidak langsung penelitian ini dapat memperkaya literatur di bidang ekonomi syariah, manajemen bisnis, dan pemasaran produk halal.
- b) Penelitian ini dapat menjadi rujukan untuk studi lebih lanjut yang mengkaji hubungan antara faktor-faktor halal dan aspek kinerja bisnis, baik dari sisi finansial maupun keberkahan yang lebih luas.
- c) Penelitian ini dapat memperkenalkan dan memperjelas konsep keberkahan bisnis dari perspektif ekonomi syariah yang lebih aplikatif. Aspek keberkahan yang seringkali bersifat abstrak akan dihubungkan dengan praktik-praktik bisnis yang konkret, memberikan dimensi baru dalam kajian bisnis syariah.
- d) Penelitian ini dapat memperkaya teori pemasaran halal, terutama dalam konteks UMKM. Hal ini penting karena banyak riset yang belum membahas bagaimana kesadaran halal dan sertifikasi halal mempengaruhi tingkat penjualan produk di kalangan konsumen, serta

bagaimana pengaruhnya terhadap keberlanjutan dan keberkahan dalam berbisnis.

- e) Penelitian ini akan memberikan wawasan teoritis tentang bagaimana proses sertifikasi halal tidak hanya berfungsi sebagai alat verifikasi, tetapi juga sebagai strategi pemasaran yang dapat memperkuat posisi produk di pasar, meningkatkan kepercayaan konsumen, dan mendorong loyalitas pelanggan.

2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis adalah manfaat yang berhubungan dengan pihak-pihak terkait dalam melakukan penelitian ini. Adapun manfaat praktis dalam penelitian ini adalah:

- a) Bagi akademisi dan peneliti, diharapkan dapat memberikan bahan studi lanjutan dan dapat membuka peluang untuk mengkaji lebih dalam hubungan antara halal, pemasaran, dan keberlanjutan bisnis, terutama pada sektor UMKM yang seringkali kurang mendapatkan perhatian dalam penelitian bisnis secara umum. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi landasan teori untuk penelitian lebih lanjut mengenai dampak sertifikasi halal dalam sektor industri lain, seperti kosmetik, farmasi, dan jasa.
- b) Bagi pelaku UMKM, diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih baik tentang pentingnya kesadaran halal dalam operasional bisnis dan bagaimana hal ini dapat mempengaruhi penjualan dan keberkahan dalam bisnis jangka panjang. Pengetahuan ini dapat

membantu pelaku UMKM dalam mengambil keputusan strategis terkait pengelolaan produk halal. Selain itu, dapat meningkatkan motivasi bagi UMKM untuk memperoleh sertifikasi halal dengan mengetahui dampak positif sertifikasi tersebut terhadap tingkat penjualan dan keberkahan bisnis. Penelitian ini dapat menginspirasi pelaku UMKM untuk melihat sertifikasi halal sebagai sebuah peluang investasi yang membawa nilai lebih.

- c) Bagi Pemerintah Provinsi Aceh dan lembaga sertifikasi halal, diharapkan penelitian ini bisa memberi masukan dalam menyusun kebijakan yang lebih efektif untuk mendorong pelaku UMKM mendapatkan sertifikasi halal dan mendorong penerapan prinsip-prinsip halal dalam sektor UMKM guna untuk memperkuat pertumbuhan ekonomi syariah di Indonesia, khususnya di Banda Aceh.
- d) Bagi Lembaga Keuangan Syariah (LKS), diharapkan penelitian ini bisa memberikan bukti empiris yang mengindikasikan bahwa kesadaran halal dan sertifikasi halal dapat meningkatkan kinerja bisnis UMKM. Hal ini dapat digunakan oleh LKS dalam merancang produk pembiayaan yang lebih terarah dan mendukung UMKM dalam meningkatkan penjualan dan keberkahan bisnis bagi pelaku UMKM.

1.7 Kajian Pustaka

Kajian pustaka tentunya mempunyai peran penting untuk mendukung penelitian ini, hal ini didasari supaya penelitian yang akan diteliti dapat menghasilkan hasil penelitian yang faktual, aktual, dan ilmiah. Adapun beberapa kajian pustaka terkait Pengaruh Kesadaran Halal dan Sertifikasi Halal mempengaruhi Tingkat Penjualan dan Keberkahan Bisnis adalah sebagai berikut:

1. Penelitian Amalia²⁹ dengan judul *“Pengaruh Harga dan Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan Emas Studi Kasus pada Pegadaian Syariah Cabang Botanical Junction”*. Jenis penelitian ini menggunakan data kuantitatif. Berdasarkan data yang telah diteliti maka dapat disimpulkan: (1) harga tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap volume penjualan emas Pegadaian Syariah cabang Botanical Junction. (2) Biaya promosi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap volume penjualan emas Pegadaian Syariah cabang Botanical Junction. Hasil pengujian mengatakan bahwa variabel harga dan variabel biaya promosi secara simultan memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap volume penjualan emas.
2. Penelitian dari Segati³⁰ dengan judul *“Pengaruh Persepsi Sertifikasi Halal, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Persepsi Peningkatan Penjualan”*. Penelitian ini

²⁹ A. H. Amalia. Pengaruh Harga dan Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan Emas Studi Kasus pada Pegadaian Syariah Cabang Botanical Junction. *Skripsi*. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, (2017).

³⁰ A. Segati, 159-169.

menggunakan data kuantitatif dengan hasil penelitiannya adalah variabel persepsi sertifikasi halal berpengaruh secara signifikan terhadap variabel persepsi peningkatan penjualan. Tingkat kesadaran akan kehalalan produk, kualitas produk dan harga yang terjangkau ditunjukkan dengan adanya pengaruh sertifikasi halal, kualitas produk dan harga dengan peningkatan penjualan perusahaan catering Aqiqah Nurul Hayat uji Koefisiensi Determinasi (R^2) dengan nilai sebesar 0,126 atau 12.6%.

3. Penelitian dari Esti Handayani³¹ dengan judul "*Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Strategi Produk Terhadap Tingkat Penjualan*". Hasil analisis penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap tingkat penjualan pada Bank CIMB Niaga Bekasi Barat, yaitu sebesar 0,934. Terdapat pengaruh yang signifikan antara strategi produk terhadap tingkat penjualan pada Bank CIMB Niaga Bekasi Barat, yaitu sebesar 1,281.
4. Penelitian dari Hamdani³² dengan judul "*Pengaruh Kesadaran Halal dan Sertifikasi Halal Terhadap Minat Beli Produk Kentucky Fried Chicken (KFC)*". Hasil penelitian ini adalah kesadaran halal mempunyai pengaruh yang signifikan pada minat beli konsumen KFC di Kota Banda Aceh. Pengaruh ini merupakan sesuatu yang bersifat positif, dimana semakin tinggi kesadaran halal maka akan semakin

³¹ Esti Handayani, 73-82.

³² A. Hamdani, N. Sari, & K. Umuri, 198-212.

tinggi pula tingkat minat beli pada konsumen KFC di Kota Banda Aceh. Sementara itu, sertifikat halal juga berpengaruh signifikan terhadap minat beli pada konsumen KFC di Kota Banda Aceh. Jadi, Kesadaran halal dan sertifikat halal secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat beli konsumen KFC di Banda Aceh.

5. Penelitian dari Triana³³ dengan judul “*Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, Bahan Makanan, Dan Citra merek Produk Terhadap Minat Beli Produk Makanan Halal (Studi Kasus Mahasiswa Muslim di Malang)*”. Hasil kesimpulan sertifikasi halal berpengaruh terhadap konsumsi produk makanan halal pada mahasiswa muslim di Malang. Hal tersebut dapat dijadikan sebuah penyedia produk makanan halal sebagai sebuah hal penting sehingga hal tersebut salah satunya dapat menjadikan Indonesia mampu bersaing dengan pasar global dan menjadi industri halal produk makanan terbesar di dunia. Kesadaran Halal tidak berpengaruh terhadap konsumsi artinya semakin baik kesadaran halal tidak mempengaruhi konsumsi produk makanan halal.
6. Penelitian dari Prihatini³⁴ dengan judul “*Pengaruh Label Halal, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Tingkatan*

³³ U. Triana. Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, Bahan Makanan, Dan Citra merek Produk Terhadap Minat Beli Produk Makanan Halal (Studi Kasus Mahasiswa Muslim di Malang). *Jurnal Ilmiah Jurusan Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya, Malang*, (2021).

³⁴ Indah Prihatini. Pengaruh Label Halal, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Tingkatan Penjualan Produk Makanan Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Suatu Kajian Pada UMKM Kota Banda Aceh Pasca Covid 19). *Tesis, UIN Ar-Raniry*, (2022).

Penjualan Produk Makanan Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Suatu Kajian Pada UMKM Kota Banda Aceh Pasca Covid 19)”. Hasil analisis data yang diperoleh dari penelitian ini adalah label halal tidak berpengaruh terhadap tingkat penjualan UMKM Kota Banda Aceh. Tetapi, secara bersama-sama variabel label halal, kualitas produk dan promosi berpengaruh signifikan terhadap tingkat penjualan pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) industri olahan makanan di Kota Banda Aceh.

7. Penelitian dari Ahmad Rifai³⁵ dengan judul “*Pengaruh Sertifikasi Halal dan Kesadaran Halal Terhadap Tingkat Penjualan dan Keberkahan Bisnis (Studi Kasus Pelaku Usaha di Purwokerto)*”. Hasil penelitian menunjukkan variabel Sertifikasi Halal dan Kesadaran Halal berpengaruh secara bersama-sama terhadap Tingkat Penjualan pada Pelaku Usaha di Purwokerto, dan variabel Sertifikasi Halal dan Kesadaran Halal berpengaruh secara bersama-sama terhadap Keberkahan Bisnis pada Pelaku Usaha di Purwokerto.
8. Penelitian dari Ainiyah et al.³⁶ dengan judul “*Pengaruh Sertifikasi Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Ice Cream Mixue Ciceri Kota Serang)*”.

Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah

³⁵ Rifai, (2023).

³⁶ M. Ainiyah, F. Mutamimah, R.S. Fahlefi, H. Seraswasti, B. Sudrajat, dan W. Hidayat. Pengaruh Sertifikasi Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Ice Cream Mixue Ciceri Kota Serang). *Jurnal Manajemen dan Keuangan Syariah*. 2(1), (2023), 18-34.

sertifikasi halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian Ice Cream Mixue.

9. Penelitian dari Dwi Putri Pratiwi dan Adrial Falahi³⁷ dengan judul *“Pengaruh Sertifikasi Halal dan Kesadaran Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah di Desa Bangun Rejo Tanjung Morawa”*. Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel sertifikasi halal dan kesadaran halal secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dan hasil uji F membuktikan bahwa variabel sertifikasi halal dan kesadaran halal secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
10. Penelitian dari Aditya dan Hamam³⁸ dengan judul *“Kesadaran Halal Pelaku UMKM Terhadap Produk Olahan Wajib Bersertifikat Halal (Studi UMKM Kecamatan Kwanyar)”*. Hasil analisis menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM Kecamatan Kwanyar memiliki tingkat pengetahuan yang cukup tentang sertifikasi halal, meskipun masih terdapat beberapa pelaku UMKM yang belum memahami tentang sertifikasi halal, dengan mayoritas pelaku UMKM percaya bahwa sertifikasi ini dapat meningkatkan

³⁷ Dwi Putri Pratiwi & Adrial Falahi. Pengaruh Sertifikasi Halal dan Kesadaran Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah di Desa Bangun Rejo Tanjung Morawa. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Akuntansi* 10(1), (2023), 1-13.

³⁸ W. Aditya & Hammam. Kesadaran Halal Pelaku UMKM Terhadap Produk Olahan Wajib Bersertifikat Halal (Studi UMKM Kecamatan Kwanyar). *IQTISADIE: Journal of Islamic Banking and Shariah Economy*. 4(1), (2024), 1-17.

kepercayaan konsumen dan membuka peluang pasar yang lebih luas. Dampak dari memperoleh sertifikasi halal terlihat dalam peningkatan penjualan dan pangsa pasar bagi UMKM yang telah bersertifikat.

11. Penelitian dari Sari³⁹ dengan judul *“Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Tingkat Penjualan Produk Brownies Jaya di Tulang Bawang Barat*. Pada penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap tingkat penjualan Rina Brownies Jaya di Tulang Bawang Barat. Harga berpengaruh signifikan terhadap tingkat penjualan Rina Brownies Jaya di Tulang Bawang Barat. Kualitas Produk dan Harga secara simultan berpengaruh terhadap Tingkat Penjualan pada Rina Brownies Jaya Di Tulang Bawang Barat.
12. Penelitian dari Syam⁴⁰ dengan judul *“Pengaruh Label Halal, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Volume Penjualan Pada Industri Kecil Kuliner di Ponorogo dengan Digital Marketing sebagai Variabel Moderating”*. Hasil dari penelitian ini membuktikan bahwa Label halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan pada industri kecil kuliner di Ponorogo. Kemudian, Label halal, kualitas produk dan harga secara simultan terhadap volume

³⁹ Y.N. Sari. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Tingkat Penjualan Produk Brownies Jaya di Tulang Bawang Barat. *Institut Agama Islam Negeri Metro. Skripsi*. (2024).

⁴⁰ M.S.U. Syam. Pengaruh Label Halal, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Volume Penjualan Pada Industri Kecil Kuliner di Ponorogo dengan Digital Marketing sebagai Variabel Moderating. *Pascasarjana Institut Agama Islam Negeri*. (2024).

penjualan pada industri kecil kuliner di Kabupaten Ponorogo.

Peneliti merangkum penjelasan kajian pustaka dalam Tabel 1.2 berikut:

Tabel 1.2
Kajian Pustaka

No	Identitas Penelitian	Hasil Penelitian
1	<i>Pengaruh Harga dan Biaya Promosi Terhadap Volume Penjualan Emas Studi Kasus pada Pegadaian Syariah Cabang Botanical Junction/Amalia (2017)/Kuantitatif</i>	Berdasarkan data yang telah diteliti maka dapat disimpulkan: (1) harga tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap volume penjualan emas Pegadaian Syariah cabang Botanical Junction. (2) Biaya promosi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap volume penjualan emas Pegadaian Syariah cabang Botanical Junction. Hasil pengujian mengatakan bahwa variabel harga dan variabel biaya promosi secara simultan memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap volume penjualan emas.
2	<i>Pengaruh Persepsi Sertifikasi Halal, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Persepsi Peningkatan Penjualan/Segati (2018). /Kuantitatif</i>	Hasilnya variabel persepsi sertifikasi halal berpengaruh secara signifikan terhadap variabel persepsi peningkatan penjualan. Tingkat kesadaran akan kehalalan produk, kualitas produk dan harga yang terjangkau ditunjukkan dengan adanya pengaruhsertifikasi

		halal, kualitas produk dan harga dengan peningkatan penjualan perusahaan catering Aqiqah Nurul Hayat uji Koefisiensi Determinasi (R ²) dengan nilai sebesar 0.126 atau 12.6%.
3	<i>Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Strategi Produk Terhadap Tingkat Penjualan</i> /Esti Handayani (2019)/Kuantitatif	Berdasarkan hasil analisis penelitian menunjukkan bahwa: Kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap tingkat penjualan pada Bank CIMB Niaga Bekasi Barat, yaitu sebesar 0,934. Terdapat pengaruh yang signifikan antara strategi produk terhadap tingkat penjualan pada Bank CIMB Niaga Bekasi Barat, yaitu sebesar 1,281.
4	<i>Pengaruh Kesadaran Halal dan Sertifikasi Halal Terhadap Minat Beli Produk Kentucky Fried Chicken (KFC)</i> R -/R A. Hamdani, N. Sari, & K. Umuri. (2021)/Kuantitatif	Hasil penelitian ini adalah kesadaran halal mempunyai pengaruh yang signifikan pada minat beli konsumen KFC di Kota Banda Aceh. Pengaruh ini merupakan sesuatu yang bersifat positif, dimana semakin tinggi kesadaran halal maka akan semakin tinggi pula tingkat minat beli pada konsumen KFC di Kota Banda Aceh. Sementara itu, sertifikat halal juga berpengaruh signifikan terhadap minat beli

		pada konsumen KFC di Kota Banda Aceh. Jadi, Kesadaran halal dan sertifikat halal secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat beli konsumen KFC di Banda Aceh.
5	<i>Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, Bahan Makanan, Dan Citra merek Produk Terhadap Minat Beli Produk Makanan Halal (Studi Kasus Mahasiswa Muslim di Malang)/ U. Triana (2021)/Kuantitatif</i>	Hasil dan pembahasan disini bisa ditarik kesimpulan sertifikasi halal berpengaruh terhadap konsumsi produk makanan halal pada mahasiswa muslim di Malang. Hal tersebut dapat dijadikan sebuah penyedia produk makanan halal sebagai sebuah hal penting sehingga hal tersebut salah satunya dapat menjadikan Indonesia mampu bersaing dengan pasar global dan menjadi industri halal produk makanan terbesar di dunia. Kesadaran Halal tidak berpengaruh terhadap konsumsi artinya semakin baik kesadaran halal tidak mempengaruhi konsumsi produk makanan halal.
6	<i>Pengaruh Label Halal, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Tingkatan Penjualan Produk Makanan Dalam Perspektif Ekonomi Islam</i>	Hasil analisis data yang diperoleh dari penelitian ini adalah label halal tidak berpengaruh terhadap tingkat penjualan UMKM Kota Banda Aceh. Tetapi, secara bersama-

	<i>(Suatu Kajian Pada UMKM Kota Banda Aceh Pasca Covid 19)/Andah Prihatini (2022)/Kuantitatif</i>	sama variabel label halal, kualitas produk dan promosi berpengaruh signifikan terhadap tingkat penjualan pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) industri olahan makanan di Kota Banda Aceh.
7	<i>Pengaruh Sertifikasi Halal dan Kesadaran Halal Terhadap Tingkat Penjualan dan Keberkahan Bisnis (Studi Kasus Pelaku Usaha di Purwokerto)/Ahmad Rifai (2023)/Kuantitatif</i>	Penelitian ini menunjukkan variabel Sertifikasi Halal dan Kesadaran Halal berpengaruh secara bersama-sama terhadap Tingkat Penjualan pada Pelaku Usaha di Purwokerto, dan variabel Sertifikasi Halal dan Kesadaran Halal berpengaruh secara bersama-sama terhadap Keberkahan Bisnis pada Pelaku Usaha di Purwokerto.
8	<i>Pengaruh Sertifikasi Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Ice Cream Mixue Ciceri Kota Serang)/M. Ainiyah, R. F. Mutamimah, R.S. Fahlefi, H. Seraswasti, B. Sudrajat, & W. Hidayat (2023)/Kuantitatif</i>	Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sertifikasi halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian Ice Cream Mixue.
9	<i>Pengaruh Sertifikasi Halal dan Kesadaran Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah di Desa</i>	Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel sertifikasi halal dan kesadaran halal secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan

	<i>Bangun Rejo Tanjung Morawa/Dwi Putri Pratiwi & Adrial Falahi (2023)/Kuantitatif</i>	pembelian, dan hasil uji F membuktikan bahwa variabel sertifikasi halal dan kesadaran halal secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
10	<i>Kesadaran Halal Pelaku UMKM Terhadap Produk Olahan Wajib Bersertifikat Halal (Studi UMKM Kecamatan Kwanyar)/ W. Aditya & Hammam (2024)/Kualitatif.</i>	Hasil analisis menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM Kecamatan Kwanyar memiliki tingkat pengetahuan yang cukup tentang sertifikasi halal, meskipun masih terdapat beberapa pelaku UMKM yang belum memahami tentang sertifikasi halal, dengan mayoritas pelaku UMKM percaya bahwa sertifikasi ini dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan membuka peluang pasar yang lebih luas. Dampak dari memperoleh sertifikasi halal terlihat dalam peningkatan penjualan dan pangsa pasar bagi UMKM yang telah bersertifikat.
11	<i>Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Tingkat Penjualan Produk Brownies Jaya di Tulang Bawang Barat/Y.N. Sari (2024)/Kuantitatif</i>	Penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap tingkat penjualan Rina Brownies Jaya di Tulang Bawang Barat. Harga berpengaruh signifikan

		terhadap tingkat penjualan Rina Brownies Jaya di Tulang Bawang Barat. Kualitas Produk dan Harga secara simultan berpengaruh terhadap Tingkat Penjualan pada Rina Brownies Jaya Di Tulang Bawang Barat.
12	<i>Pengaruh Label Halal, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Volume Penjualan Pada Industri Kecil Kuliner di Ponorogo dengan Digital Marketing sebagai Variabel Moderating</i> /M.S.U. Syam (2024)/Kuantitatif	Hasil dari penelitian ini membuktikan bahwa Label halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap volume penjualan pada industri kecil kuliner di Ponorogo. Kemudian, Label halal, kualitas produk dan harga secara simultan terhadap volume penjualan pada industri kecil kuliner di Kabupaten Ponorogo.

Sumber: Data Diolah (2025)

1.8 Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan dalam penulisan tesis ini terdiri dari lima bab, yaitu:

Bab satu merupakan pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian pustaka dan sistematika pembahasan.

Bab dua merupakan pembahasan teoritis yang terdiri dari konsep variabel penelitian, keterkaitan antar variabel, kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

Bab tiga merupakan metodologi penelitian. Beberapa hal yang dibahas dalam bab ini yaitu jenis penelitian, lokasi dan jadwal penelitian, populasi dan sampel, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, definisi operasional variabel, pengujian kualitas data, analisis regresi linier berganda, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis.

Bab empat merupakan pembahasan tentang hasil penelitian tentang pengaruh kesadaran halal dan sertifikasi halal terhadap tingkat penjualan dan keberkahan bisnis pada UMKM di Banda Aceh.

Bab lima merupakan bab terakhir atau bab penutup. Di dalam terdiri dari kesimpulan dari hasil penelitian yang sudah dijabarkan dalam karya tulis dan beberapa saran yang diperlukan untuk menyempurnakan tesis ini.

