

Pengaruh Kepemilikan Sertifikat Halal Terhadap Minat Beli Produk UMKM

Makhsun Safi¹, Is Fadhillah²

^{1,2}Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IBMT, Surabaya
masunsafi16@gmail.com¹, isfadhillah@gmail.com²

ABSTRACT

This study aims to further investigate "The Effect of Halal Certificate Ownership on MSME interested in buyin" Micro or Small, and Medium Enterprises (MSMEs) are business groups that have a large percentage and contribution in Indonesia. Ownership of halal certificates has an important role in improving the interested in buyin of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in Secang Village, Magelang Regency. This study aims to identify the effect of ownership of halal certificates on the interested in buyin of MSMEs in the region. The research method used used quantitative methods with questionnaire surveys distributed to MSME owners who have obtained halal certificates. Data analysis was carried out through regression techniques to determine the relationship between halal certificate variables, and MSME interested in buyin. The results showed that the ownership of halal certificates significantly contributed to improving the interested in buyin of MSMEs in Secang Village. The implications of this study provide a better understanding of the importance of halal certificate ownership in supporting the growth of MSMEs, as well as providing guidance to MSME owners to optimize their marketing strategies in improving the competitiveness of their products.

Keywords : Halal Certificate Ownership; Interested in Buying; MSMEs.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui secara lebih lanjut " Pengaruh Kepemilikan Sertifikat Halal Terhadap Minat Beli Produk UMKM" Usaha Mikro atau Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah kelompok usaha yang memiliki persentase serta kontribusi yang besar di Indonesia. Kepemilikan Sertifikat halal memiliki peran penting dalam meningkatkan minat beli produk Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Secang, Kabupaten Magelang. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh Kepemilikan dari sertifikat halal dan minat beli produk UMKM di wilayah tersebut. Metode penelitian yang digunakan menggunakan metode kuantitatif dengan survei kuesioner yang disebarakan kepada pemilik UMKM yang telah memperoleh sertifikat halal. Analisis data dilakukan melalui teknik regresi untuk mengetahui hubungan antara variabel sertifikat halal dan minat beli. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepemilikan sertifikat halal secara signifikan berkontribusi terhadap peningkatan minat beli produk UMKM di Kelurahan Secang. Implikasi dari penelitian ini memberikan pemahaman yang lebih baik tentang pentingnya kepemilikan sertifikat halal dalam mendukung pertumbuhan UMKM, serta memberikan panduan kepada pemilik UMKM untuk mengoptimalkan strategi pemasaran mereka dalam meningkatkan daya saing produknya.

Kata kunci : Kepemilikan Sertifikat Halal; Minat Beli; UMKM.

PENDAHULUAN

Minat beli merupakan sikap atau perilaku yang timbul sebagai bentuk respon terhadap suatu barang atau jasa yang ingin dimiliki. Menurut Kinnear dan Taylor (1995, dalam Sukmawati dan Duriyanto, 2003) minat beli diartikan sebagai bentuk perilaku konsumen yang cenderung berfikir sebelum membeli barang atau jasa yang diinginkan.

Zeithalm et al (1996) menekankan pentingnya pengukuran minat beli konsumen, karena puas tidaknya mereka akan berpengaruh terhadap keputusan untuk membeli barang atau jasa kembali atau tidak. Sehingga dari pengukuran tersebut akan terlihat siapa pelanggan yang setia dan siapa yang tidak melakukan pembelian ulang.

Pengakuan terhadap kebutuhan akan produk halal semakin meningkat di Indonesia, terutama di tengah-tengah masyarakat yang semakin peduli akan aspek kehalalan dalam konsumsi mereka. Hal ini terbukti dari pertumbuhan industri halal yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir, yang memunculkan tantangan dan peluang bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), terutama di sektor makanan dan minuman.

Kesadaran halal merupakan pengetahuan seorang muslim tentang konsep halal, proses halal dan anggapan bahwa konsumsi terhadap makanan atau minuman halal merupakan hal penting bagi dirinya. Kesadaran halal juga ditandai dengan pengetahuan mengenai proses penyembelihan, pengemasan dan kebersihan makanan yang sesuai dengan syariat Islam.

Indonesia sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia, memiliki potensi besar untuk menjadi pemimpin dalam industri halal global. Kehalalan tidak lagi hanya menjadi pertimbangan agama, tetapi juga menjadi faktor penting dalam pengambilan keputusan konsumen, baik dari perspektif kesehatan maupun kualitas produk. Berdasarkan data Direktorat Jenderal Kependudukan dan Pencatatan Sipil (Dukcapil) Kementerian Dalam Negeri, dari sebanyak 272,23 jumlah penduduk Indonesia, 236,53 juta jiwa (86,88%) diantaranya beragama Islam. Artinya mayoritas penduduk Indonesia adalah seorang muslim. Besarnya jumlah penduduk muslim di Indonesia menjadi pasar potensial bagi produk-produk halal yang ada. Hal ini disebabkan seorang muslim dalam mengkonsumsi barang atau jasa tidak hanya mempertimbangkan nilai guna maupun harga, namun juga manfaat dari konsumsi akan produk atau jasa tersebut.

Hal ini patut di dukung dan di support oleh seluruh stakeholder di pemerintah Indonesia, karena menurut data Kemenkeu – Menteri Keuangan (Menkeu) Laporan pasar halal pada tahun 2022 menyebutkan bahwa ekonomi halal dapat meningkatkan PDB (produk domestik bruto) Indonesia sebesar USD5,1 miliar per tahun melalui ekspor serta peluang investasi. Indonesia juga merupakan pasar konsumen halal terbesar di dunia dengan sekitar 230 juta penduduk Muslim.

Adanya potensi yang kuat dan sumber pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan yang baik dan kredibel, menjadikan Indonesia mempunyai peran penting dalam perekonomian halal global. Oleh karena itu, meningkatnya permintaan terhadap produk dan layanan halal serta posisi strategis Indonesia di pasar global telah memberikan potensi pertumbuhan yang pesat dan ruang pengembangan yang luas bagi perekonomian halal Indonesia. Menkeu melihat bahwa industri halal telah tumbuh positif di tengah tantangan global yang serius dan beragam. Terdapat 1,9 miliar Muslim di seluruh dunia yang menghabiskan sekitar USD2 triliun untuk produk halal pada tahun 2021. Pengeluaran tersebut tumbuh lebih tinggi hampir 9 persen dari tahun 2020 hingga 2021.

Pada tahun 2025, pengeluaran umat Islam di sektor halal diperkirakan akan tumbuh sebesar 7,8 persen atau mencapai sekitar USD3 triliun dan ekonomi halal global sendiri diperkirakan akan mencapai USD4,96 triliun pada tahun 2030. Tantangan global telah

menekankan kembali nilai ekonomi halal sebagai sumber pertumbuhan baru. Menurut Menkeu, ekonomi halal berpotensi akan terus berkembang karena saat ini penerapan kerangka dan prinsip halal tidak hanya dibatasi oleh batasan agama. Hal ini juga mencakup standar kesehatan, kebersihan, dan keselamatan yang relatif tinggi. Popularitas produk halal dan peningkatan permintaannya dianggap datang bahkan dari konsumen non-Muslim. Konsumen kecil mencari produk yang berkualitas tinggi, baik, aman, dan terutama beretika yang tertanam dalam perdagangan dan nilai-nilai halal.

Ukuran pengembangan dan pemberdayaan itu perlu dijadikan landasan bagi stakeholder untuk melakukan upaya-upaya yang termanifestasikan dalam bentuk peningkatan setiap UMKM dari level yang sebelumnya menjadi level yang lebih tinggi. Dengan kata lain, upaya pengembangan dan pemberdayaan UMKM diharapkan mampu menaikkan kelas UMKM, sehingga dapat mengurangi potensi kemiskinan dan ketimpangan. Maka dari itu, UMKM memiliki hak asasi untuk memperoleh perhatian dan dukungan segenap stakeholder. Secara umum, UMKM memiliki peran atau kontribusi terhadap perekonomian Indonesia. Diantara peran UMKM tersebut adalah mampu menjadi pengaman ekonomi khususnya bagi masyarakat dengan penghasilan rendah. Selain itu UMKM juga dapat membuat dan menyumbangkan produk domestik bruto, serta dapat memperluas penyerapan dan kesempatan kerja dengan menciptakan lowongan pekerjaan.



Gambar 1. Diagram UMKM Dalam Perekonomian Indonesia

Berdasarkan Data dari Kementerian Koperasi dan UKM, menunjukkan besarnya kontribusi UMKM bagi perekonomian nasional. Dari total tenaga kerja di Indonesia, UMKM mampu menyerap hingga 96,9 persen, dengan menyumbang 60,5 persen dari total PDB nasional, menyumbang 15,6 persen dari total ekspor UMKM Non-Migas dan menyumbang 60,0 persen dari total investasi. Dari data di atas dapat disimpulkan bahwa UMKM merupakan salah satu roda penggerak perekonomian nasional.

Pada akhir tahun 2019 terjadi pandemi Covid-19 yang melanda seluruh dunia. Pandemi Covid-19 berdampak besar terhadap krisis kesehatan maupun ekonomi global. UMKM sebagai penggerak perputaran ekonomi nasional yang sudah teruji mampu bertahan di kala krisis ekonomi global pada Tahun 1998 dan 2018 ternyata tidak mampu bertahan menghadapi krisis pandemi global Covid-19. Pandemi Covid-19 memberikan multiefek yang luar biasa bagi perputaran dan pertumbuhan perekonomian nasional karena pembatasan sosial yang membatasi pergerakan manusia membuat permintaan barang dan

konsumsi masyarakat menurun drastis. Data terakhir menunjukkan sebanyak 98 % usaha pada level mikro atau sekitar 63 juta UMKM terkena dampak pandemi Covid-19.

Karena itu, urgensi untuk mengembangkan dan memberdayakan UMKM tidak dapat ditunda lagi agar ada kenaikan kelas khususnya pada usaha untuk menghindari krisis eksistensi bangsa. Masa krisis ekonomi tersebut banyak menumbangkan perusahaan-perusahaan besar, namun masih banyak UMKM yang dapat bertahan. Adanya UMKM tersebut justru mampu menyelamatkan perekonomian Negara yang sedang anjlok.

Sertifikat halal adalah pengakuan kehalalan suatu produk yang dikeluarkan oleh BPJPH berdasarkan fatwa halal tertulis yang dikeluarkan oleh MUI. Kewajiban bersertifikat halal tertera dalam Peraturan Pemerintah Nomor 39 tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Bidang Jaminan Produk Halal, yang diatur dengan penahapan di mana masa penahapan pertama kewajiban sertifikat halal akan berakhir pada 17 Oktober 2024. Hal itu sesuai berdasarkan Undang-Undang No. 33 tahun 2014 beserta turunannya, ada tiga kelompok produk yang harus sudah bersertifikat halal seiring dengan berakhirnya penahapan pertama pada tanggal 17 Oktober 2024 mendatang sebagai berikut :

1. Produk makanan dan minuman.
2. Bahan baku, bahan tambahan pangan, dan bahan penolong untuk produk makanan dan minuman
3. Produk hasil sembelihan dan jasa penyembelihan.

Kepala BPJPH Kemenag Muhammad Aqil menjelaskan bahwa akan ada sanksi yang dikenakan kepada pelaku usaha yang tidak menjalankan sertifikasi halal, baik sanksi tertulis, denda administratif, maupun penarikan barang yang diedarkan. Hal ini sesuai dengan ketentuan dalam PP Nomor 39 tahun 2021. Kewajiban bersertifikat halal disebabkan adanya peranan penting bagi pihak terkait. Bagi produsen, sertifikat halal berperan sebagai bentuk tanggungjawab produsen kepada konsumen utamanya konsumen muslim, sehingga dapat meningkatkan kepuasan dan kepercayaan konsumen, serta menjadi strategi memperluas pasar yang dari situ diharapkan dapat meningkatkan laba dan omset, serta daya saing UMKM itu sendiri. Sementara bagi konsumen, sertifikat halal berperan sebagai bentuk jaminan bahwa produk tersebut halal, sehingga tidak ada kecemasan ketika mengkonsumsinya dan dapat dijadikan sebagai perlindungan hukum. (Ust. Husein Ja'far Al Hadar 2024)

Jumlah UMKM yang ada di Kabupaten Magelang menurut Dinas Koperasi dan Perdagangan Kabupaten Magelang secara keseluruhan mencapai 106.637 unit usaha yang terdiri dari berbagai macam jenis UMKM yang ada di Kabupaten Magelang. Jenis UMKM yang ada di Kabupaten Magelang :

1. Industri / Pengolahan (Makanan Olahan, Aneka Kerajinan)
2. Jasa (perbengkelan, salon, Reparasi, Persewaan, Pertukangan, Angkutan dll)
3. Kuliner (Makanan / Minuman Siap Saji, Catering, dll)
4. Fashion & Batik (Pakaian, Kain Batik, dll)
5. Perdagangan / Jual Beli (offline & Online)
6. Budidaya (Tanaman, Hewan Peliharaan, Perikanan, Unggas, dll)
7. Pertambangan (penambangan pasir perorangan)
8. Bidang Pendidikan (Les Privat, dll)

9. Kesenian & Hiburan

UMKM yang ada di Kabupaten Magelang itu sendiri memiliki beberapa produk unggulan yaitu seperti: olahan singkong (slondok, pothil, ceriping, dll), kerajinan kayu dan bambu, kerajinan pahat batu, olahan salak, batik, gula semut, olahan kopi dan minuman herbal.

Tabel 1. Jumlah UMKM + IKM Kabupaten Magelang berdasarkan skala usaha

NO	KECAMATAN	USAHA MIKRO	USAHA KECIL	USAHA MENENGAH	JUMLAH UMKM + IKM
1	BANDONGAN	4,936	89	6	5,031
2	BOROBUDUR	6,349	49	2	6,400
3	CANDIMULYO	8,305	145	0	8,450
4	DUKUN	2,735	16	0	2,751
5	GRABAG	8,804	159	12	8,975
6	KAJORAN	4,722	54	9	4,785
7	KALIANGKRIK	2,304	33	4	2,341
8	MERTOYUDAN	5,697	79	7	5,783
9	MUNGKID	4,330	88	16	4,434
10	MUNTILAN	3,407	130	39	3,576
11	NGABLAK	3,399	68	12	3,479
12	NGLUWAR	2,256	62	6	2,324
13	PAKIS	8,918	104	8	9,030
14	SALAM	3,995	80	18	4,093
15	SALAMAN	7,034	101	11	7,146
16	SAWANGAN	4,678	152	4	4,834
17	SRUMBUNG	3,769	151	7	3,927
18	TEGALREJO	5,732	49	0	5,781
19	TEMPURAN	4,480	89	8	4,577
20	WINDUSARI	2,428	53	0	2,481
21	SECANG	6,330	109	0	6,439
	Total	104,608	1,860	169	106,637

Sumber: Kepala Bagian UMKM 2022

Berdasarkan tabel 1 di atas, menunjukkan penjabaran jumlah UMKM di Kabupaten Magelang berdasarkan skala usahanya yang mana usaha mikro jumlahnya paling banyak dibandingkan skala usaha kecil dan menengah.

Tabel 2. Jumlah Usaha Mikro Pengolahan Makanan di Kelurahan Secang

No.	Jenis Industri Makanan	Jumlah
1	Tahu Putih	2
2	Potil	3
3	Getuk Singkong	3
4	Siomay Ikan	5
5	Peyek Kacang	2

6	Kue Pukis	1
7	Kerupuk Bawang	2
8	Kue Basah	2
9	Kue Kering	2
10	Es Bubur Kacang Hijau	2
11	Wedang Ronde	2
12	Es Campur	3
13	Telur Asin	1
14	Takoyaki	1
Total		31

Dari data tabel 2 dapat dilihat bahwa jumlah usaha mikro pengolahan makanan di Kelurahan Secang sebanyak 31 usaha mikro yang akan diteliti.

Berdasarkan dengan latar belakang yang sudah dijelaskan maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kepemilikan Sertifikat Halal Terhadap Minat Beli Produk UMKM (Studi Kasus Pelaku UMKM Produk Makanan dan Minuman di Kelurahan Secang Kabupaten Magelang)”.

TINJAUAN LITERATUR

Kepemilikan

Kepemilikan penguasaan seseorang terhadap suatu barang atau harta, yang diluar dari dirinya tidak berhak berbuat dan mempergunakannya. Dengan hak kepemilikan yang dikuasainya, seseorang tersebut dapat melakukan tindakan hukum apapun secara bebas, selama tidak melanggar ketentuan *syara'*. Kepemilikan merupakan penguasaan seseorang terhadap sesuatu berupa barang atau harta, baik secara riil maupun secara hukum yang memungkinkan pemilik melakukan tindakan hukum, seperti jual beli, hibah, wakaf, dan sebagainya. Sehingga dengan kekuasaan ini orang lain baik secara individu maupun lembaga terhalang untuk memanfaatkan atau mempergunakan barang tersebut (Ali, 2020).

Sertifikat Halal

Sesuai dengan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 39 Tahun 2021 Tentang Penyelenggaraan Bidang Jaminan Produk Halal, sertifikat halal adalah pengakuan kehalalan suatu Produk yang dikeluarkan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal berdasarkan fatwa halal tertulis yang dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia. Sertifikat halal diperoleh melalui beberapa tahapan pemeriksaan sebagai bukti bahwa bahan baku, proses produksi dan sistem jaminan halal produk suatu perusahaan telah sesuai dengan standar yang ditetapkan oleh Majelis Ulama Indonesia.

Sesuai dengan ketetapan Majelis Ulama Indonesia No. Kep- 49/DHN-MUI/V/2021, masa berlaku sertifikat halal adalah 4 tahun. Apabila terdapat perubahan komposisi bahan dalam produk, maka dapat dilakukan perpanjangan sertifikat halal. Proses perpanjangan sertifikat halal dapat dilakukan paling lambat tiga bulan sebelum habis masa berlakunya.4

Minat Beli

Minat beli merupakan pernyataan mental dari diri konsumen yang merefleksikan rencana pembelian sejumlah produk dengan merek tertentu (Bella Fidanty Shahnaz et al., 2016; Pujianto 2022). Minat beli (*Purchase Intention*) adalah kecenderungan konsumen untuk membeli sesuatu atau mengambil tindakan yang berhubungan dengan membeli dan diukur dengan tingkat kemungkinan konsumen melakukan pembelian (Muslimah & Annisa, 2018). Minat beli ialah sebuah dorongan yang berasal dari dalam diri seseorang untuk membeli barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhannya. Dapat disimpulkan minat beli konsumen adalah suatu niat yang timbul dari diri seseorang untuk melakukan pembelian terhadap suatu produk atau jasa dengan pertimbangan sebelum proses pembelian dilakukan.

Menurut Ferdinand (2006:129) ada beberapa indikator yang mendefinisikan minat beli, yaitu :

- 1) Minat transaksional, yaitu adanya kecenderungan untuk membeli suatu produk.
- 2) Minat referensial, yaitu minat seseorang untuk merekomendasikan suatu produk kepada orang lain.
- 3) Minat preferensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk memiliki salah satu produk yang diunggulkan, keunggulan produk tersebut dapat berubah sesuai dengan preferensi yang dimilikinya.
- 4) Minat eksploratif, yaitu seseorang yang aktif mencari informasi yang mendukung keinginannya untuk membeli produk incarannya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif, teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan pengamatan (Kuesioner) yang tidak mendalam dengan hasil yang cenderung untuk digeneralisasikan (Sugiyono, 2016). Populasi penelitian ini adalah UMKM makanan dan minuman berdomisili di wilayah Kelurahan Secang Kabupaten Magelang yang berjumlah 31 orang. Untuk menguji validitas dan keandalan kuesioner dalam penelitian ini, maka diperlukan uji instrumen penelitian yaitu terdiri dari uji validitas dan reliabilitas. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis statistik deskriptif, uji instrument, uji asumsi klasik, uji ketetapan model, analisis regresi sederhana, dan uji t (uji hipotesis) (Ghozali, 2016:19).

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variable dependen. Nilai koefisien determinasi (R^2) memiliki nilai $0 < R^2 < 1$. Artinya jika hasil kofisien terletak antara nilai 0-1, nilai 1 merupakan nilai yang paling bagus karena dapat menerangkan nilai keseluruhan tingkat kelengkapan variabel independen terhadap variabel dependen. Sedangkan apabila mendekati nilai 0 maka, dapat dikatakan semakin melemah.

Tabel 3. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,764 ^a	,584	,580	2,07348

a. Predictors: (Constant), TOTAL_X

b. Dependent Variable: Y1.1

Sumber : data diolah SPSS (23)

Berdasarkan hasil uji di atas diketahui R Square sebesar 0,584 hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang simultan antara variabel kepemilikan sertifikat halal terhadap variabel minat beli sebesar 58,4% dan sisanya 41,6% dipengaruhi oleh variabel lain.

2. Uji F (Uji Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara simultan dapat berpengaruh terhadap variabel dependen. Dalam menentukan F_{tabel} ada tingkat signifikan yang digunakan yaitu sebesar 5% atau 0,05 dengan derajat kebebasan (*degree of freedom*) $df = (n-k)$, n adalah simbol dari jumlah sampel sedangkan k adalah jumlah variabel independen. Dengan kriteria sebagai berikut :

- Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 ditolak, artinya secara simultan semua variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.
- Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 diterima, artinya secara simultan semua variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

Tabel 4. Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	620,535	1	620,535	23,093	,000 ^b
	Residual	2767,693	103	26,871		
	Total	3388,229	104			

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

b. Predictors: (Constant), TOTAL_X

Sumber : data diolah SPSS (23)

Berdasarkan tabel di atas maka $df_1 = k - 1 = 2 - 1 = 1$, $df_2 = (n - k) = 105 - 1 = 104$, dapat diambil kesimpulan bahwa $F_{tabel} = 3,93$, sedangkan $F_{hitung} = 23,093$, dengan nilai $sig = 0,000 < 0,05$. Hal ini menyimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sehingga terdapat pengaruh secara simultan pada variabel kepemilikan sertifikat halal (X) terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi (Y).

3. Analisis Regresi Sederhana

Analisis regresi sederhana digunakan untuk mengukur arah besar pengaruh antara variabel bebas yaitu kepemilikan sertifikat halal (X) dengan variabel terikatnya yaitu minat beli (Y). Berikut hasil uji analisis regresi sederhana:

Tabel 5. Hasil Regresi Sederhana
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	9,022	4,082		2,210	,029
TOTAL_X	,633	,132	,428	4,806	,000

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

Sumber : data diolah SPSS (23)

Dari tabel regresi di atas dapat diperoleh persamaan garis regresi sederhana yaitu:

$$Y = \alpha + bX$$

$$Y = 9,022 + 0,633.X1$$

Berdasarkan persamaan regresi tersebut, maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

1. Konstan sebesar 9,022 yang artinya, jika variabel kepemilikan sertifikat halal (X), dianggap konstan, maka skor variabel kepatuhan pajak (Y) nilainya sebesar 9,022 yang artinya tanpa adanya kepemilikan sertifikat halal maka minat beli akan mengalami penurunan.
2. Nilai koefisien kepemilikan sertifikat halal sebesar 0,633 dengan parameter positif. Artinya, apabila variabel kepemilikan sertifikat halal bertambah 1 satuan maka, minat beli akan meningkat sebesar 0,633.

4. Uji Hipotesis (Uji t)

Uji t adalah uji yang digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel dependent secara individual dalam menjelaskan variabel dependen. Uji t dilakukan dengan membandingkan nilai t_{tabel} dengan t_{hitung} . Jika $T_{hitung} > T_{tabel}$, artinya variabel independent mempengaruhi variabel dependen. Sedangkan $T_{hitung} < T_{tabel}$, artinya variabel independent tidak mempengaruhi. Keputusan dilakukan dengan perbandingan nilai signifikansi dari nilai T_{hitung} masing-masing koefisien regresi yaitu independent keyakinan sebesar 95% atau 0,05. Dimana n = jumlah sampel, k = jumlah variabel independent dan dependen. $Df = (n-k) = (105-2) = 103$, Sehingga nilai t tabel diperoleh sebesar 1,659.

Tabel 6. Hasil Uji t
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	9,022	4,082		2,210	,029
TOTAL_X	,633	,132	,428	4,806	,000

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

Sumber : data diolah SPSS (23)

1. Variabel Pengaruh Kepemilikan Sertifikat Halal

T_{hitung} sebesar 4,806 dan T_{tabel} sebesar 1,659 berarti $t_{hitung} > t_{tabel}$. Nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga H_0 ditolak H_1 diterima berarti variabel kepemilikan sertifikat halal terdapat pengaruh yang signifikan terhadap variabel minat beli.

5. Pembahasan Hasil Analisis Data

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh variabel kepemilikan sertifikat halal terhadap minat beli produk UMKM makanan dan minuman di Kelurahan Secang. Setelah melakukan pengolahan data dengan melalui uji analisis data, maka peneliti mendapatkan hasil sebagai berikut :

1) Pengaruh kepemilikan sertifikat halal terhadap minat beli

Sertifikat halal menurut Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 39 Tahun 2021 Tentang Penyelenggaraan Bidang Jaminan Produk Halal adalah pengakuan kehalalan suatu Produk yang dikeluarkan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal berdasarkan fatwa halal tertulis yang dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia.

Berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan menunjukkan bahwa dalam data uji regresi linier sederhana koefisien variabel kepemilikan sertifikat halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepatuhan wajib pajak orang pribadi. Dibuktikan dengan nilai t_{hitung} sebesar 4,806 sedangkan t_{tabel} 1,659, maka ($sig < \alpha$). Dengan demikian H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang berarti variabel kepemilikan sertifikat halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian dari Syaifudin, M., R dan Fahma, F (2022). Dalam penelitian tersebut menyimpulkan bahwa Salah satu manfaat kepemilikan sertifikat Halal MUI yang dapat dilihat dari penerapannya pada UMKM Mendoan Ngapak adalah untuk meningkatkan pendapatan dari hasil penjualan. Hal ini dikarenakan kepemilikan sertifikat halal dapat meningkatkan kepercayaan dan minat beli konsumen, kemampuan untuk memasuki pasar yang lebih luas serta mengikuti berbagai program yang telah disediakan oleh pemerintah untuk mempromosikan produk.

Penelitian dari Bakhri, S. (2020) juga menjelaskan bahwa ada hubungan secara langsung antara kepemilikan sertifikat halal dengan pendapatan usaha para pelaku IKM di Kabupaten Cirebon. Hal tersebut dibuktikan dengan diperolehnya nilai $p\text{-value } 0,021 < (0,05)$ alpha, artinya kepemilikan sertifikat halal menjadi faktor pokok dalam peningkatan

dan pendapatan usaha. Kepemilikan sertifikat akan berdampak sekira 2,4 kali untuk dapat meningkatkan pendapatan para pelaku usaha UKM yang telah bersertifikat halal.

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui variabel kepemilikan sertifikat halal terhadap minat beli produk UMKM makanan dan minuman di Kelurahan Secang. Berdasarkan rumusan masalah yang telah diajukan, analisis data pembahasan yang telah dilakukan maka dapat diambil keputusan sebagai berikut:

- 1) Ada pengaruh antara variabel independen kepemilikan sertifikat halal (X) terhadap minat beli (Y) produk makanan dan minuman di Kelurahan Secang yang terbukti pada pengujian rank spearman yang menghasilkan nilai signifikasi 0,000 atau kurang dari 0,05, yang menunjukkan H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga dapat disimpulkan adanya kepemilikan sertifikat halal berpengaruh terhadap minat beli produk UMKM di Kabupaten Secang.
- 2) Variabel kepemilikan sertifikat halal (X) berpengaruh terhadap minat beli (Y) produk makanan dan minuman di Kabupaten Secang dengan nilai Konkordansi Kendall W sebesar 0,794. nilai tersebut menunjukkan adanya korelasi yang kuat dan berarah positif. Kemudian nilai Asymp. Sig. berada pada titik 0,000 kurang dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima.

DAFTAR PUSTAKA

- “BPJPH Kemenperin Sosialisasikan Sertifikasi Halal Bagi IKM Pangan”. Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal. Kementerian Agama Republik Indonesia. 2021. Akses 11 Febuari 2023. <http://halal.go.id/beritalengkap/446>.
- Ali, A. (2012). “Konsep Kepemilikan Dalam Islam. Jurnal Ushuluddin”. XVIII(2), 124140.
- Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal. 2024 . *Produk Ini Harus Bersertifikat Halal di Oktober 2024, BPJPH Imbau Pelaku Usaha Segera Urus Sertifikasi Halal*. https://bpjph.halal.go.id/detail/produk-ini-harus-bersertifikat_halal-di-oktober-2024-bpjph-imbau-pelaku-usaha-segera-urus-sertifikasi-halal. (diakses 19 Maret 2024)
- Bakhri, S. 2020. “Analisis Kepemilikan Sertifikat Halal Terhadap Tingkat Pendapatan Usaha Pelaku Industri Kecil Dan Menengah”. Cirebon. Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Islam. Vol. 5. No. 1.
- Bakhri, S. 2020. “Analisis Kepemilikan Sertifikat Halal Terhadap Tingkat Pendapatan Usaha Pelaku Industri Kecil Dan Menengah”. Cirebon. Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Islam. Vol. 5. No. 1.
- Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Provinsi Jawa Tengah. 2019. *DATA UMKM MAGELANG*. https://satudata.dinkop_umkm.jatengprov.go.id/data/umkm_kabkota/Kabupaten%20Magelang (diakses 19 Maret 2024)
- Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual - Kementerian Hukum dan HAM R.I. 2022. <https://dgip.go.id/artikel/detail-artikel/pentingnya-branding-sebagai-kunci2023keberhasilan-menjalankan-bisnis?kategori=> . (diakses 19 Maret 2024)

- Djollong, Andi Fitriani. 2014. "Teknik Pelaksanaan Penelitian Kuantitatif". Dalam Jurnal Pendidikan Dan Pemikiran Islam, Vol. 2. No. 1.
- Ferdinand, Agusty. 2006. *Metode Penelitian Manajemen*. Edisi 2. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2013). "Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi (Edisi 7)". Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hardani. 2020. "Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif". Yogyakarta: Pustaka Ilmu.
- Hariani, D. 2023. "Potensi dan Strategi Pengembangan UMKM Halal di Indonesia". Jakarta. Jurnal Ilmu Ekonomi Manajemen dan Akuntansi MH Thamrin. Volume 4 No 1.
- Isna, W. d. (2013). Analisis Data Kuantitatif . Purwokerto: STAIN Press. Trihendradi, C. (2013). "Langkah Mudah Menguasai SPSS 21". CV ANDI OFFSET.
- Jainuddin, Fitriadi, dan Wahyuni, S. 2022. "Etika Bisnis Pedagang Muslim Pasar Ijabah Kota Samarinda dalam Perspektif Islam". Samarinda. Jurnal Ekonomi Syariah Mulawarman. Vol. 1 No. 2.
- Kemenkeu. 2023. *Potensi Ekonomi Halal Indonesia Sangat Besar, Menkeu: Bisa Tingkatkan PDB USD5,1 Miliar per Tahun*, <https://www.kemenkeu.go.id/informasi-publik/publikasi/berita-utama/Potensi-Ekonomi-Halal-Indonesia-Sangat-Besar> (diakses 19 Maret 2024)
- Khotimah, U. K. (2018). "Labelisasi Halal di Tengah Budaya Konsumtif. Jurnal Sosiologi Agama". Vol. 12. No. 283-296.
- Lisa, Ade. (2020). Pengaruh Harga, Citra Merek (Brand Image), Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Oppo Di Kalangan Mahasiswa Febi Uin Ar-Raniry Banda Aceh. Skripsi Program Studi Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh. *Pentingnya Branding Sebagai Kunci Keberhasilan Menjalankan Bisnis*,
- Nashirun. 2020. "Makanan Halal Dan Haram Dalam Perspektif Al Qur'an". Sambas. Halalan Thayyiban: Jurnal Kajian Manajemen Halal Dan Pariwisata Syariah. Vol. 3 No. 2.
- Notoatmodjo, 2010. "Metodologi Penelitian Kesehatan". Jakarta : Rineka Cipta.
- Nurchayyo, A., & Hudransyah, H. 2017. *The Influence of Halal Awareness, Halal Certification, and Personal Societal Perception Toward Purchase Intention. Journal of Business and Management*, 6 (1):21-31.
- Pratanto, R. W. (2020). "Konsep Kepemilikan Dalam Islam". Jurnal Irtifaq, VI(1), 73-91.
- Putra, Y., Santoso, P. Y., & Adhypoetro, R. R. (2021). Branding Produk Dalam Menjaga Loyalitas Konsumen Pada Masa Pandemi Covid-19. Jurnal Cyber PR, 1(1), 11-21. <https://journal.moestopo.ac.id/index.php/cyberpr/article/view/1415>. (diakses 19 Maret 2024)
- Rina Rachmawati, Sicilia Sawitri. 2015. "Implementasi Strategi Branding Usaha Batik Dan Pengaruhnya Terhadap Perilaku Konsumen Dan Loyalitas Konsumen Pada Umkm Batik Pekalongan Jawa Tengah." TEKNOBUGA Volume 2 No.1. TJP, Fakultas Teknik UNNES
- Sugiyono. 2015. "Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D". Bandung: Abdullah, Ma"ruf. 2015. "Metode Penelitian Kuantitatif". Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Sugiyono. 2016. "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D". Bandung:

As-Syirkah: Islamic Economics & Finacial Journal

Volume 3 Nomor 4 (2024) 2059 – 2071 E-ISSN 2962-1585

DOI: 10.56672/assyirkah.v3i4.359

- Sugiyono. 2017. "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatid dan R&D". Bandung:
- Sulistiawati, & Ahmad, F. 2017. "*Konsep Kepemilikan Dalam Islam (Studi Atas Pemikiran Syaikh Taqiyuddin an-Nabhani)*". Jurnal Syariah, V(2), 23-52.
- Suliyanto. (2014). Statistika Non Parametik. Yogyakarta: ANDI.
- Syaifudin, M., R., & Fahma, F. 2022. "*Analisis Kepemilikan Sertifikat Halal terhadap Pendapatan Usaha UMKM Mendoan Ngapak*". Surakarta. Vol. 21. No. 1. Hal. 40-43.
- Thomas Pentury, S. N. (2016). Analisis Regresi Logistik Ordinal (Studi Kasus: Akreditasi SMA di Kota Ambon). Jurnal Barekeng, 56.
- Tim Riset PRKKEK-BRIN. 2022. *Definisi Dan Model Umkm Naik Kelas (Scaling Up*¹.https://fiskal.kemenkeu.go.id/files/beritakajian/file/1672296348_studireferesimodelumkmnaikkelasbrinbkfpdf.pdf (diakses 19 Maret 2024).
- Wijaya, W., & Widjaja, O., H. 2023. "*Pengaruh Penggunaan Aplikasi ECommerce Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Umkm*". Jakarta. Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan. Vol. 05. No. 01.