

**PENGARUH LOGO HALAL TERHADAP KENAIKAN PENDAPATAN
PADA UMKM DI CIKARANG**

**Etty Zuliawati Zed, Graffiera Widya Lestari, Ahmad Agung Cahyadi,
Georgius Christofano Bagus Lestnando, Kartika Dewi**

Universitas Pelita Bangsa

graffieralestari16@gmail.com

Abstrak

Logo halal saat ini telah menjadi trend positif karena membawa pengaruh potensial bagi peningkatan pendapatan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sikap Konsumen akan Pengaruh Logo Halal terhadap kenaikan pendapatan pada UMKM di cikarang. Data penelitian ini menggunakan Kuesioner dan melibatkan sebanyak 69 responden yang di ambil dari beberpa konsumen dari UMKM yang ada dicikarang Logo Halal sebagai variabel (X) mendapatkan nilai t hitung sebesar 12.120 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 kurang dari 0,05 bisa disimpulkan bahwa variabel Logo Halal (X) secara parsial berpengaruh terhadap variabel Kenaikan Pendapatan (Y). Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan hasil yang cukup positif akan logo halal terhadap kenaikan pendapatan pada UMKM di cikarang. Karena tingginya tingkat kesadaran akan ekonomi islam yang kemudian memicu labelisasi logo halal yang mana merupakan bentuk akan kesadaran tentang konsep halal. Adanya logo halal pada suatu produk ,dapat menjadi pertimbangan bagi kosumen untuk membeli produk tersebut.

Kata kunci : Produk Halal, Labelisasi logo halal, Peningkatan Pendapatan.

Abstract

The halal logo has now become a positive trend because it has a potential impact on increasing income. This research aims to determine consumer attitudes regarding the influence of the Halal Logo on increasing income for UMKM in Cikarang. This research data uses a questionnaire and involves 69 respondents taken from several consumers from UMKM in Cikarang. The Halal Logo as a variable (X) gets a calculated t value of 12,120 and a significance value of 0.000, less than 0.05. It can be concluded that the Halal Logo variable (X) partially influences the variable Income Increase (Y). The results of this research show quite positive results regarding the halal logo on increasing income for UMKM in Cikarang. Due to the high level of awareness of Islamic economics, this has triggered the labeling of the halal logo, which is a form of awareness about the halal concept. The presence of a halal logo on a product can be a consideration for consumers to buy that product.

Keywords : Halal Product, Halal Logo Labeling, Increase of Income.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peranan penting dalam perekonomian Indonesia, tidak hanya sebagai penyerap tenaga kerja, tetapi juga sebagai penggerak utama perekonomian lokal dan nasional. Kontribusi UMKM dalam perekonomian nasional sangat signifikan, terlihat dari banyaknya tenaga kerja yang terserap serta perannya dalam mendukung pemerataan ekonomi di berbagai daerah. UMKM juga berperan penting dalam mendorong inovasi lokal, meningkatkan pendapatan masyarakat, dan mengurangi kesenjangan ekonomi. Dalam upaya meningkatkan daya saing dan pendapatan, berbagai strategi pemasaran diterapkan oleh UMKM, salah satu strategi yang dapat membantu UMKM meningkatkan daya saing mereka adalah dengan memperoleh sertifikasi halal.

Logo halal merupakan simbol yang menunjukkan bahwa produk atau jasa tersebut telah memenuhi standar syariah Islam, yang mencakup aspek kebersihan, keamanan, dan etika produksi. Di Indonesia, sertifikasi halal dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI), dan mendapatkan logo halal telah menjadi semakin penting, terutama dengan adanya peningkatan kesadaran konsumen terhadap produk halal. Logo halal tidak hanya berfungsi sebagai penanda kualitas dan kehalalan produk, tetapi juga sebagai strategi pemasaran yang dapat mempengaruhi preferensi konsumen dan pada akhirnya berdampak pada peningkatan pendapatan UMKM.

Labelisasi halal mencakup keseluruhan proses produk dimulai dari proses pembuatan produk harus terhindar dari bahan-bahan yang dilarang oleh syariat, pengemasan produk harus terjamin kebersihannya, penyimpanan produk dilakukan dengan aman, hingga pendistribusian barang sampai kepada konsumen. Label halal merupakan pencantuman tulisan atau logo yang berisi pernyataan halal untuk memberikan informasi bahwa produk yang dimaksud adalah produk halal secara syariat dan aman untuk dikonsumsi. Adapun proses untuk mendapat label halal adalah melalui sertifikat halal. Sertifikat halal adalah suatu fatwa yang ditulis oleh otoritas yang mendapat berwenang yang dalam hal ini adalah Majelis Ulama Indonesia (MUI). Sertifikat halal ini merupakan syarat untuk pencantuman label halal pada produk kemasan. (Kalbarini & Anggraini, 2022)

Sertifikat Halal MUI adalah fatwa tertulis Majelis Ulama Indonesia yang menyatakan kehalalan suatu produk sesuai dengan syari'at Islam. Sertifikat Halal MUI ini

merupakan syarat untuk mendapatkan izin pencantuman label halal pada kemasan produk dari instansi pemerintah yang berwenang (LPPOM-MUI). Sertifikasi Halal MUI pada produk pangan, obat-obat, kosmetika dan produk lainnya dilakukan untuk memberikan kepastian status kehalalan, sehingga dapat menenteramkan batin konsumen dalam mengkonsumsinya. Kesenambungan proses produksi halal dijamin oleh produsen dengan cara menerapkan Sistem Jaminan Halal (LPPOM-MUI). (Rahim et al., 2023)

Pentingnya logo halal semakin diperkuat dengan adanya tren global yang menunjukkan peningkatan permintaan terhadap produk halal, tidak hanya di negara-negara mayoritas Muslim tetapi juga di pasar internasional. Produk halal kini menjadi simbol kepercayaan dan kualitas yang diakui secara global, menjadikannya keunggulan kompetitif bagi UMKM yang mampu memanfaatkannya. Selain itu, dengan adanya sertifikasi halal, UMKM dapat memperluas jangkauan pasarnya ke segmen konsumen yang lebih luas, termasuk di pasar-pasar baru yang sebelumnya tidak terjangkau.

Mengacu pada UU No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (UU-JPH), setiap perusahaan yang menjual seluruh barang kebutuhan yang dimanfaatkan oleh masyarakat wajib memiliki sertifikat halal dan mencantumkan label halal tidak terkecuali UMKM. Sertifikasi halal memberikan jaminan bahwa produk yang dikonsumsi telah memenuhi standar halal yang ditetapkan, yang menjadi kepercayaan bagi konsumen, terutama di negara dengan mayoritas penduduk Muslim seperti Indonesia. Berdasarkan data Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI) Jawa Barat (2024), jumlah UMKM di Kabupaten Bekasi yang telah memiliki sertifikat halal adalah 920 usaha. Data ini menunjukkan peningkatan kesadaran dan kepatuhan UMKM terhadap regulasi halal yang berlaku.

Pada Pasal 67 Ayat 1 juga menyebutkan bahwa kewajiban bersertifikat halal bagi produk yang beredar dan diperdagangkan di wilayah Indonesia sebagaimana dimaksud dalam Pasal 4 mulai berlaku 5 (lima) tahun terhitung sejak undang-undang ini diundangkan pada tanggal 17 Oktober 2014. Oleh karena itu semua produk wajib untuk bersertifikat halal mulai tanggal 17 Oktober 2019 sesuai dengan amanat UU No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (RI, 2014). Semua IKM makanan dan minuman harus memiliki sertifikasi halal untuk bisa menjual produk ke seluruh wilayah di Indonesia. Jika tidak memiliki sertifikasi halal, maka produk olahan makanan dan minuman bisa ditarik dari peredaran oleh pemerintah. (W, Livia., P, Nuriza, 2021)

Salah satu motor penggerak dari pertumbuhan sektor halal food di Indonesia sendiri adalah para pelaku usaha yang mana didominasi oleh Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Lebih lanjut, dilansir dalam ASEAN Investment Report pada September 2022, Indonesia memiliki Usaha Mikro, Kecil dan Menengah terbanyak di kawasan ASEAN, dengan penyumbang PDB terbesar di Indonesia yaitu sekitar 65%. (Muiz et al., 2023)

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh logo halal terhadap peningkatan pendapatan UMKM. Secara spesifik, penelitian ini akan menganalisis sejauh mana keberadaan logo halal pada produk UMKM dapat meningkatkan penjualan dan memperluas pasar, baik di dalam negeri maupun internasional. Dengan menggunakan metode kuantitatif, penelitian ini akan mengumpulkan data dari berbagai UMKM yang telah mendapatkan sertifikasi halal dan membandingkan kinerja keuangan mereka sebelum dan sesudah memperoleh logo halal. Penelitian ini akan melibatkan analisis data penjualan, pertumbuhan pasar, dan persepsi konsumen terhadap produk UMKM yang telah bersertifikat halal.

Sejumlah penelitian terdahulu telah menunjukkan adanya hubungan positif antara sertifikasi halal dan peningkatan kinerja UMKM. Sebagai contoh, penelitian oleh Azizah (2019) menemukan bahwa "sertifikasi halal memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan kepercayaan konsumen dan penjualan produk UMKM di Jawa Timur" (Azizah, 2019). Selain itu, studi oleh Hidayat (2020) mengungkapkan bahwa "produk yang memiliki sertifikasi halal cenderung lebih diminati oleh konsumen Muslim, yang pada akhirnya meningkatkan pendapatan UMKM secara keseluruhan" (Hidayat, 2020).

Kajian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang pentingnya sertifikasi halal bagi UMKM dan bagaimana logo halal dapat menjadi alat pemasaran yang efektif. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar bagi pembuat kebijakan dan pemangku kepentingan lainnya dalam mendukung UMKM untuk memperoleh sertifikasi halal, sehingga dapat meningkatkan daya saing dan pendapatan mereka di pasar yang semakin kompetitif. Dengan adanya bukti empiris dari penelitian ini, diharapkan dapat memberikan dorongan lebih bagi UMKM lainnya untuk segera mendapatkan sertifikasi halal dan memanfaatkan potensi pasar halal yang terus berkembang.

Secara praktis, hasil penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan panduan

bagi UMKM dalam mengimplementasikan strategi pemasaran yang efektif dengan memanfaatkan logo halal. Selain itu, penelitian ini juga dapat membantu para pelaku UMKM memahami proses dan manfaat mendapatkan sertifikasi halal, serta tantangan yang mungkin dihadapi selama proses sertifikasi. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya berkontribusi secara akademis tetapi juga memberikan nilai praktis yang nyata bagi pengembangan UMKM di Indonesia.

Hipotesis

H1: Sertifikasi Halal berpengaruh signifikan terhadap kenaikan pendapatan UMKM.

METODOLOGI PENELITIAN

1. Desain penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui sikap konsumen terhadap pengaruh logo halal dan keberadaan logo halal pada UMKM di Cikarang terhadap minat beli konsumen. Data dianalisis dengan menggunakan analisis deskriptif dan analisis kuantitatif.

2. Pengambilan Sampel

Dalam penelitian ini, peneliti menetapkan sampel sebanyak 69 responden yang merupakan konsumen dari UMKM yang ada di Cikarang, Teknik pengambilan sampel yaitu secara convenience sampling, yaitu penentuan sampel berdasarkan kebetulan, anggota populasi yang ditemui peneliti dan juga menggunakan “purposive sampling” yaitu suatu metode pengambilan sampel yang tergolong dalam sampel nonprobabilitas dimana pemilihannya dilakukan berdasarkan kriteria tertentu, Karakteristik yang di ambil untuk menjadi responden di penelitian ini adalah kostumer dari UMKM sekitar Cikarang Pusat dan bersedia menjadi responden untuk dijadikan sampel atau peneliti memilih orang-orang yang terdekat saja (Siregar, 2017:20, teknik ini dipilih karena informasi didapat dengan cepat dan efisien dalam hal tenaga, waktu, tempat serta menyesuaikan dengan kegiatan responden, selain itu teknik ini juga tidak mahal dan dibutuhkan waktu minimum dibandingkan dengan teknik lainnya. Adapun beberapa ketentuan terkait sample adalah:

1. Pelanggan dari UMKM Cikarang Pusat
2. Rentang usia : Pelajar, Mahasiswa, Orang dewasa.

3. Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data untuk penelitian ini yaitu menggunakan instrumen berupa kuesioner yang berisi beberapa pertanyaan yang diberikan kepada responden. Kuesioner adalah suatu teknik pengumpulan informasi yang memungkinkan analisis mempelajari sikap-sikap, keyakinan, perilaku, dan karakteristik beberapa orang utama didalam organisasi yang bisa terpengaruh oleh sistem yang diajukan atau oleh sistem yang sudah ada (Siregar, 2017:21).

4. Instrumen

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan Kuesioner terstruktur dengan berisi pertanyaan pilihan ganda tertutup dan skala likert yang memungkinkan responden untuk mengungkapkan tingkat persetujuan. Skala likert untuk penelitian ini menggunakan lima poin jawaban. Penilaian sikap model Fishbein dengan pilihan respon dan skor sebagai berikut : Sangat Setuju (SS) (Skor 2), Setuju (S) (Skor 1), Netral (N) (Skor 0), Kurang Setuju (KS) (Skor -1) Tidak Setuju (TS) (Skor -2). Penilaian evaluation (Sikap Evaluasi) dengan pilihan respon dan skor sebagai berikut : Sangat Baik (SB) (Skor 2), Baik (B) (Skor 1), Ragu-ragu (RR) (Skor 0) Kurang Baik (KB) (Skor -1), Tidak Baik (TB) (Skor -2).

Keterangan:

X1 = Sertifikasi Halal X2 = Minat Beli

Y = Kenaikan Pendapatan

5. Metode Analisis Data

Metode yang digunakan dalam pengolahan data penelitian ini adalah dengan menggunakan analisis deskriptif, Uji validitas, reabilitas dan analisis regresi linear sederhana. Analisis deskriptif digunakan untuk menganalisis karakteristik konsumen UMKM di Cikarang, Uji validitas adalah uji yang digunakan untuk menunjukkan sejauh mana alat ukur yang digunakan dalam suatu mengukur apa yang diukur, digunakan untuk mengukur sah, atau valid tidaknya suatu kuesioner. Uji Reabilitas digunakan dalam penelitian untuk memperoleh informasi yang digunakan dapat dipercaya sebagai alat pengumpulan data dan mampu mengungkap informasi yang sebenarnya dilapangan. Metode Regresi Linier Sederhana merupakan suatu metode yang digunakan untuk melihat hubungan antar satu variabel independent (bebas) dan mempunyai hubungan garis lurus

dengan variabel dependennya (terikat).

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Karakteristik Responden

Sampel yang digunakan adalah sebanyak 69 responden dan responden dalam penelitian ini merupakan konsumen UMKM di Cikarang.

Table 1. Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
Perempuan	49	71%
Laki-laki	20	29%
Jumlah	69	100%

Sumber : Data Primer, diolah tahun 2024

Table 1 menunjukkan bahwa total 69 responden yang mengisi kuesioner 71% diantaranya adalah perempuan atau sebanyak 49 responden dan 29% berjenis kelamin laki-laki atau sebanyak 20 responden

Tabel 2. Karakteristik Responden berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Presentase
18-20	17	24.6%
21-25	46	69.6%
26-30	3	4.3%
>30	1	1.4%
Jumlah	69	100%

Sumber : Data Primer, diolah tahun 2024

Tabel 2 menunjukkan bahwa usia terbanyak yang mengisi kuesioner ada diantara rentang usia 21-15 tahun dengan presentase 69.6% atau sebanyak 46 responden, dilanjut dengan rentang usia antara 18-20 tahun dengan presentase 24.6% sebanyak 17 responden , diikuti dengan rentang usia 26-30 yaitu sebanyak 3 responden atau 4.3% dan yang lebih dari 30 tahun dengan presentase 1.4% atau 1 responden.

Tabel 3. Karakteristik Responden berdasarkan Kecamatan

Kecamatan	Jumlah	Presentase
Cikarang Barat	8	11.6%
Cikarang Pusat	10	14.5%
Cikarang Selatan	16	23.2%
Cikarang Timur	10	14.5%
Cikarang Utara	25	36.2%
Jumlah	69	100%

Sumber : Data Primer, diolah tahun 2024

Tabel 3 menunjukkan 5 Kecamatan yang berada di Cikarang, sebanyak 69 responden tersebar di seluruh Kecamatan yang ada di Cikarang, diantaranya Cikarang Barat dengan presentase 11.6% atau sebanyak 8 responden, Cikarang Pusat 10 responden dengan presentase 14.5%, Cikarang Selatan 16 responden dengan presentase 23.2%, selanjutnya Cikarang Timur dengan 10 responden atau 14.5% dan yang terakhir kecamatan Cikarang Utara sebanyak 25 responden atau 36.2%.

2. Analisis Hasil Uji Deskriptif

Tabel 4. Hasil Uji Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimu m	Maximu M	Mean	Std. Deviation
Logo Halal	69	9.00	30.00	26.0145	4.52604
Pendapatan	69	9.00	30.00	24.4348	4.89140
Valid N (listwise)	69				

Sumber: Output SPSS26, Data Sekunder telah diolah

Berdasarkan Hasil Uji Deskriptif diatas, dapat kita gambarkan distribusi data yang didapat oleh peneliti:

1. Variabel Logo Halal (X), dari hasil uji data tersebut bisa kita intepretasikan bahwa nilai maksimum adalah 30 sedangkan nilai minimum 9 dan rata-rata yang diperoleh pada Logo halal 26.0145. Standar deviasi Logo Halal pada data tersebut 4.52604.

2. Variabel Kenaikan Pendapatan (Y), dari hasil uji data tersebut bisa kita intepretasikan bahwa nilai maksimum adalah 30 sedangkan nilai minimum 9 dan rata-rata yang diperoleh pada Pendapatan 24.4348. Standar deviasi Pendapatan pada data tersebut 4.89140.

Uji Validitas dan Reabilitas Variabel (X) Logo Halal

Tabel 5. Hasil Uji Validitas Variabel (X) Logo Halal

Item-Total Statistics					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	R-Hitung	R-Tabel	Keterangan
LogoHalal1	47.58	73.453	.628	0,2369	Valid
LogoHalal2	47.58	70.953	.772	0,2369	Valid
LogoHalal3	47.64	67.676	.896	0,2369	Valid
LogoHalal4	47.94	67.644	.812	0,2369	Valid
LogoHalal5	47.74	66.960	.883	0,2369	Valid
LogoHalal6	47.68	67.809	.876	0,2369	Valid

Sumber: Output SPSS26, Data Sekunder telah diolah

Tabel 6. Hasil Uji Validitas Variabel (Y) Kenaikan Pendapatan

Item-Total Statistics					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	R-Hitung	R-Tabel	Keterangan
Pendapatan1	20.16	17.224	.765	0,2369	Valid
Pendapatan2	20.41	16.509	.806	0,2369	Valid
Pendapatan3	20.36	17.176	.748	0,2369	Valid
Pendapatan4	20.64	16.117	.685	0,2369	Valid
Pendapatan5	20.22	18.555	.647	0,2369	Valid
Pendapatan6	20.39	15.977	.831	0,2369	Valid

Sumber: Output SPSS26, Data Sekunder telah diolah

Berdasarkan Hasil uji validitas pada tabel diatas yang telah diisi oleh 69 responden. Untuk mengetahui data kuesioner mana yang valid dan tidak valid, maka hal

pertama yang dilakukan adalah dengan mencari r tabelnya terlebih dahulu. Rumus dari r tabel, $df = N - 2$. Dimana N merupakan jumlah keseluruhan sampel dalam hal ini responden, jadi dapat dihitung bahwa $69 - 2 = 67$, sehingga r tabel 0,2369. Setelah mengetahui r tabel, untuk mengetahui apakah data tersebut valid atau tidak dari hasil perhitungan validitas pada tabel diatas, dapat dianalisis bahwa r hitung $>$ r tabel. Terdapat 12 kuesioner yang dinyatakan valid karena r hitung lebih besar dari r tabel yaitu 0,2369.

Tabel 7. Uji Reabilitas Variabel (X) Logo Halal

	Reability Statistics	
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized items	N of Items
0.807	0.944	6

Sumber: Output SPSS26, Data Sekunder telah diolah

Hasil uji reabilitas pada variabel Logo Halal (X) dalam variabel ini diperoleh hasil 0,944 yang berarti cronbach's alpha $>$ nilai dasar atau $0.944 > 0.60$. Dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan pada variabel X dinyatakan reliabel.

Tabel 8. Uji Reabilitas Variable (Y) Kenaikan Pendapatan

	Reability Statistics	
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized items	N of Items
0.906	0.909	6

Sumber: Output SPSS26, Data Sekunder telah diolah

Hasil uji reabilitas pada variable Pendapatan (Y) dalam variabel ini diperoleh hasil 0,909 yang berarti cronbach's alpha $>$ nilai dasar atau $0.909 > 0.60$. Dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan pada variabel Y dinyatakan reliabel.

Uji Regresi Linear Sederhana

Tabel 9. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Variabel Bebas	Konstanta	Koefisien Regresi	Nilai T-Hitung	Korelasi R	Determinasi R ²	Sig.
X	1.136	0.896	12.120	0.829	0.687	0.000

Sumber: Output SPSS26, Data Sekunder telah diolah

Berdasarkan hasil dari constant (a) sebesar 1.136 sedangkan dari Logo Halal adalah 0.896. Dari hasil uji di atas diketahui nilai signifikan adalah 0,000 lebih kecil dari nilai probabilitas yaitu 0,05 sehingga dapat dinyatakan bahwa variabel Logo Halal (X) berpengaruh signifikan terhadap Kenaikan Pendapatan (Y). Berdasarkan tabel di atas nilai R sebagai koefisien korelasi adalah 0,829 sedangkan R square sebagai koefisien determinasi 0,687. Hal ini dapat dilihat seberapa pengaruh variabel independen secara menyeluruh terhadap naik turunnya variabel dependen. Berdasarkan hasil dari perhitungan uji T diketahui variabel Logo Halal (X) mendapatkan nilai t hitung sebesar 12.120 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 kurang dari 0,05 bisa disimpulkan bahwa variabel Logo Halal (X) secara parsial berpengaruh terhadap variabel Kenaikan Pendapatan (Y).

Pembahasan

Pada penelitian ini, sertifikat halal sudah menjadi kesadaran konsumen dalam memilih produk terbukti dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa jenis kelamin perempuan dan laki laki aware dengan sertifikasi logo halal pada umkm, tidak hanya jenis kelamin usia juga menjadi salah satu (kandidat) dalam memperhatikan sertifikasi logo halal pada umkm terbukti dengan hasil penelitian kami yang menjelaskan bahwa rentan usia 21-25 lebih memperhatikan sertifikasi logo halal pada UMKM.

Pembahasan logo halal memberi pengaruh kepada kenaikan pendapatan pada umkm terutama di bidang sektor usaha food and beverage. hal ini ditunjukkan oleh data penelitian yang menjelaskan bahwa berdasarkan hasil dari constant (a) sebesar 1.136 sedangkan dari Logo Halal adalah 0.896. Dari hasil uji di atas diketahui nilai signifikan adalah 0,000 lebih kecil dari nilai probabilitas yaitu 0,05 sehingga dapat dinyatakan bahwa variabel Logo Halal (X) berpengaruh signifikan terhadap Kenaikan Pendapatan (Y). Berdasarkan hasil dari perhitungan uji T diketahui variabel Logo Halal (X) mendapatkan nilai t hitung sebesar 12.120 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 kurang

dari 0,05 bisa disimpulkan bahwa variabel Logo Halal (X) secara parsial berpengaruh terhadap variabel Kenaikan Pendapatan (Y).

Pembuatan produk, kebersihan, bahan yang terkandung berpengaruh signifikan dan positif terhadap peningkatan pendapatan. karena menggunakan bahan yang steril higienis dan dijaga dari segi kebersihan dalam proses pembuatan hingga proses penyajian. Dari penjelasan tersebut bisa menjadikan salah satu strategi yang dapat digunakan kepada pelaku umkm bahwa akan kesadaran pelanggan akan logo halal pada suatu produk sangat besar, dikarenakan respon konsumen terhadap perusahaan sektor food and beverage yang telah memiliki sertifikat halal sangat baik. Sehingga dapat mendorong antusiasme konsumen untuk membeli produk perusahaan.

KESIMPULAN

Logo Halal merupakan simbol yang menunjukkan standar sertifikasi yang diberikan oleh Majelis Ulama Indonesia dari penilaian beberapa aspek tertentu seperti kebersihan, keamanan, dan etika produksi. Logo halal juga bisa menjadi salah satu strategi pemasaran yang dapat mempengaruhi penilaian konsumen terhadap suatu produk. Hal ini menunjukkan permintaan konsumen terhadap suatu produk menjadi keunggulan kompetitif bagi UMKM untuk memasarkan produknya ke segmen yang lebih luas. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa data yang diperoleh dapat dinyatakan bahwa variabel Logo Halal (X) berpengaruh signifikan terhadap Kenaikan Pendapatan (Y). Berdasarkan hasil data yang diperoleh penelitian usia 21-25 tahun dengan presentase 69.6% atau sebanyak 46 responden membuktikan bahwa sangat memperhatikan logo halal terhadap suatu produk. Hal ini memberikan dampak yang positif terhadap UMKM untuk menggunakan logo halal yang bersertifikasi resmi yang diberikan oleh Majelis Ulama Indonesia dalam peningkatan pendapatan melalui kesadaran konsumen akan pentingnya memerhatikan penggunaan logo halal.

DAFTAR PUSTAKA

- Azizah, N. (2019). Pengaruh Sertifikasi Halal Terhadap Kepercayaan Konsumen dan Penjualan Produk UMKM di Jawa Timur. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 7(2), 125-134.
- CIHIDEUNG KOTA TASIKMALAYA). 8(2), 156–170.
- Hidayat, M. (2020). Dampak Sertifikasi Halal terhadap Preferensi Konsumen dan Pendapatan UMKM. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 8(3), 210-223.

<https://doi.org/10.35329/jalif.v8i2.4829>

- Kalbarini, R. Y., & Anggraini, R. (2022). Label halal dan dampaknya terhadap pendapatan usaha Maha Bakery di Kota Pontianak. 2(1), 26–35.
- Muiz, A. N., Damayanti, A., Indra, R., & Marlina, L. (2023). PENGARUH SERTIFIKAT HALAL TERHADAP PENDAPATAN (STUDI PADA PELAKU USAHA UMKM KECAMATAN
- Rahim, S., Halifah, T., Sari, P., Wahyuni, N., Indonesia, U. M., Pendapatan, P., Regresi, U., & Sederhana, L. (2023). PENGARUH SERTIFIKAT HALAL TERHADAP PENINGKATAN PENDAPATAN PENJUALAN USAHA DI SEKTOR FOOD AND. 12(1), 69–78.
- W, Livia., P,Nuriza, D. (2021). PENGARUH LOGO HALAL TERHADAP SIKAP DAN MINAT BELI KONSUMEN UMM BAKERY. 5(4), 1206–1216.