

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEBERLANJUTAN
UMKM DISEKTOR MAKANAN HALAL**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas Dan Memenuhi Syarat-Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Pada
Program Studi Manajemen Bisnis Syariah*

Oleh:

Rizka Aldira Marpaung
NPM: 2101280090



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2025**

PERSEMBAHAN

Segala puji dan syukur saya panjatkan ke hadirat Allah SWT
atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, yang telah
mengantarkan saya hingga ke titik ini. Semoga ilmu yang telah
saya peroleh dapat bermanfaat bagi banyak orang. Aamiin.

Karya ilmiah ini saya persembahkan dengan penuh cinta

kepada keluarga tercinta:

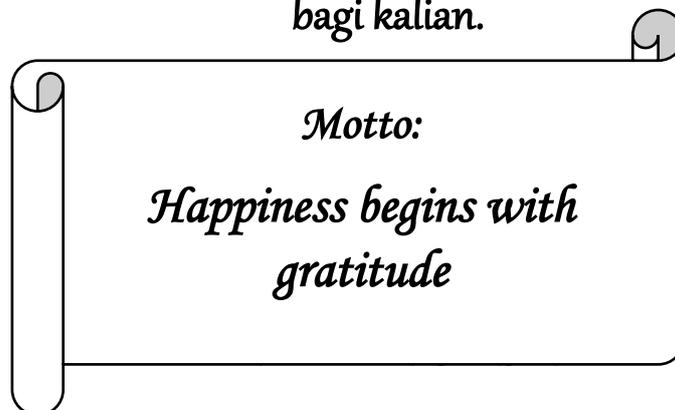
Ayahanda Syafii Marpaung,

Ibunda Yusnita Sitorus,

Yang tak pernah lelah memberikan doa, dukungan, serta
harapan terbaik untuk keberhasilan dan kesuksesan saya.

Semoga setiap langkah yang saya tempuh menjadi kebanggaan

bagi kalian.



PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Rizka Aldira Marpaung

NPM : 2101280090

Jenjang Pendidikan : S1 (Strata Satu)

Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi dengan judul “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberlanjutan UMKM Disektor Makanan Halal”. Merupakan karya asli saya. Jika dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini hasil dari plagiarism, maka saya bersedia ditindak sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Medan, 21 Maret 2025

Yang Menyatakan



Rizka Aldira Marpaung
NPM. 2101280090

**Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberlanjutan UMKM Disektor
Makanan Halal**

SKRIPSI

***Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Pada
Program Studi Manajemen Bisnis Syariah***

Oleh:

Rizka Aldira Marpaung
NPM. 2101280090

Program Studi Manajemen Bisnis Syariah

Pembimbing



Dr. Riyan Pradesyah, SE.Sy., M.E.I

**FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2025**

Medan, 21 Maret 2025

Nomor : Istimewa
Lampiran : 3 (Tiga) Exempler
Hal : Skripsi a.n. Rizka Aldira Marpaung

Kepada Yth : **Bapak Dekan Fakultas Agama Islam
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara**

Di-
Medan

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Setelah membaca, Meneliti, dan memberi saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi Mahasiswa a.n. Rizka Aldira Marpaung yang berjudul "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberlanjutan UMKM Disektor Makanan Halal". Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini sudah dapat diterima dan diajukan pada sidang munaqosah untuk mendapat gelar Strata Satu (S1) pada program studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Agama Islam UMSU.

Demikianlah kami sampaikan atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Pembimbing



Dr. Riyan Pradesyah, SE.Sy., M.E.I



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

Silahkan menjawab surat ini agar disebutkan Nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA

FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 66224567 - 6631003

<http://fai@umsu.ac.id> fai@umsu.ac.id [umsumedan](https://www.facebook.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.instagram.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.youtube.com/umsumedan)

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Jenjang : S1 (Strata Satu)

Ketua Program Studi : Dr. Isra Hayati, M.Si
Dosen Pembimbing : Dr. Riyan Pradesyah, SE.Sy., M.E.I

Nama Mahasiswa : Rizka Aldira Marpaung
Npm : 2101280090
Semester : VII
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul Skripsi : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberlanjutan UMKM Disektor Makanan Halal

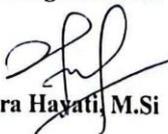
Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
19-02-2025	- Kuisiornn penelitian dibuat berdasarkan indikator penelitian yang ada di BAB III	ph	
20-02-2025	- Pembahasan pengambilan populasi dan sampling yang digunakan dalam penelitian	ph	

Medan, 21 Maret 2025

Diketahui/Disetujui
Dekan

Assoc. Prof. Dr. Muhammad Qorib, MA

Diketahui/ Disetujui
Ketua Program Studi


Dr. Isra Hayati, M.Si

Pembimbing Skripsi


Dr. Riyan Pradesyah, SE.Sy., M.E.I



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 66224567 - 6631003

<http://fai@umsu.ac.id> fai@umsu.ac.id [umsumedan](https://www.facebook.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.instagram.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.youtube.com/umsumedan)

Unggul | Cerdas | Terpercaya
Bila menjawab surat ini agar disebutkan
Nomor dan tanggalnya

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Jenjang : S1 (Strata Satu)

Ketua Program Studi : Dr. Isra Hayati, M.Si
Dosen Pembimbing : Dr. Riyan Pradesyah, SE.Sy., M.E.I

Nama Mahasiswa : Rizka Aldira Marpaung
Npm : 2101280090
Semester : VII
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul Skripsi : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberlanjutan UMKM Disektor Makanan Halal

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
01-03-2025	- Perbaiki Rumus yang digunakan dalam uji t dan gunakan sebagai kebohakan dalam menentukan faktor		
02-03-2025	- Perbaiki kesimpulan yang digunakan dalam uji t - gunakan rumus sig. dalam menentukan tingkat signi		

Medan, 21 Maret 2025



Diketahui/Disetujui
Dekan

Assoc. Prof. Dr. Muhammad Qorib, MA

Diketahui/ Disetujui
Ketua Program Studi

Dr. Isra Hayati, M.Si

Pembimbing Skripsi

Dr. Riyan Pradesyah, SE.Sy., M.E.I



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

Silahkan menjabar surat ini agar disebutkan Nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA

FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 66224567 - 6631003

<http://fai@umsu.ac.id> fai@umsu.ac.id [umsu](#) [umsu](#) [umsu](#) [umsu](#)

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Jenjang : S1 (Strata Satu)

Ketua Program Studi : Dr. Isra Hayati, M.Si
Dosen Pembimbing : Dr. Riyan Pradesyah, SE.Sy., M.E.I

Nama Mahasiswa : Rizka Aldira Marpaung
Npm : 2101280090
Semester : VII
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul Skripsi : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberlanjutan UMKM Disektor Makanan Halal

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
11-03-2025	- Perbaiki Rumus dalam melihat uji F-tabel, gunakan atau Rumus temelia untuk F-tabelnya.	<i>Isra</i>	
14-03-2025	- Kesimpulan dibuat berdasarkan rumusan masalah yang diteliti dalam penelitian	<i>Riyan</i>	

Medan, 21 Maret 2025



Diketahui/ Disetujui
Ketua Program Studi

Dr. Isra Hayati, M.Si

Pembimbing Skripsi

Dr. Riyan Pradesyah, SE.Sy., M.E.I



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 66224567 - 6631003

<http://fai@umsu.ac.id> fai@umsu.ac.id [umsumedan](https://www.facebook.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.instagram.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.youtube.com/umsumedan)

Bila menjawab surat ini agar disebutkan
Nomor dan tanggalnya

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

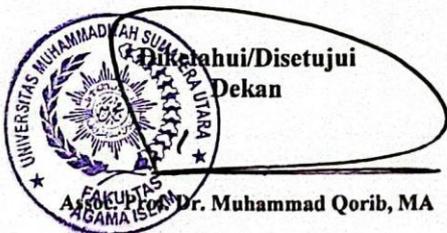
Nama Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Jenjang : S1 (Strata Satu)

Ketua Program Studi : Dr. Isra Hayati, M.Si
Dosen Pembimbing : Dr. Riyan Pradesyah, SE.Sy., M.E.I

Nama Mahasiswa : Rizka Aldira Marpaung
Npm : 2101280090
Semester : VII
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul Skripsi : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberlanjutan UMKM Disektor Makanan Halal

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
17-03-2025	- perbaiki abstrak penelitian masuk Eysman, metode, dan hasil peneliti yang di dapatkan		
21-03-2025	Acc skripsi		

Medan, 21 Maret 2025



Diketahui/Disetujui
Dekan

Dr. Muhammad Qorib, MA

Diketahui/ Disetujui
Ketua Program Studi

Dr. Isra Hayati, M.Si

Pembimbing Skripsi

Dr. Riyan Pradesyah, SE.Sy., M.E.I

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Telah selesai di berikan bimbingan dalam penulisan skripsi sehingga naskah skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat di setujui untuk di pertahankan dalam ujian skripsi oleh:

Nama Mahasiswa : Rizka Aldira Marpaung
NPM : 2101280090
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul Skripsi : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberlanjutan UMKM Disektor Makanan Halal

Medan, 21 Maret 2025

Pembimbing Skripsi

Dr. Riyan Pradesyah, SE.Sy., M.E.I

Disetujui oleh
Ketua Program Studi
Manajemen Bisnis Syariah

Dr. Isra Hayati, M.Si

Dekan
Fakultas Agama Islam



Assoc. Prof. Dr. Muhammad Qorib, MA



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan Nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK/BAN-PT/Akred/PT/III/2019
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 66224567 - 6631003
<http://fai@umsu.ac.id> [M fai@umsu.ac.id](mailto:fai@umsu.ac.id) [f umsumedan](#) [@ umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#)

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi ini disusun oleh

Nama Mahasiswa : Rizka Aldira Marpaung
NPM : 2101280090
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul Skripsi : Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberlanjutan UMKM Disektor Makanan Halal

Disetujui dan memenuhi persyaratan untuk diajukan dalam ujian mempertahankan skripsi.

Medan, 21 Maret 2025

Pembimbing

Dr. Riyan Pradesyah, SE.Sy., M.E.I

DISETUJUI OLEH :
KETUA PROGRAM STUDI

Dr. Isra Hayati, M.Si

Dekan,



Assoc. Prof. Dr. Muhammad Qorib, MA

BERITA ACARA PENGESAHAN SKRIPSI

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

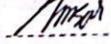
Skripsi ini telah di pertahankan di depan Tim Penguji Ujian Skripsi Fakultas
Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara oleh :

Nama Mahasiswa : Rizka Aldira Marpaung
NPM : 2101280090
Program Studi : Manajemen Bisnis Syari'ah
Semester : VIII
Tanggal Sidang : 22/04/2025
Waktu : 09.00 s.d selesai

TIM PENGUJI

PEMBIMBING : Dr. Riyan Pradesyah, SE.Sy.,M.E.I
PENGUJI I : Syahrul Amsari, SE.Sy, M.Si
PENGUJI II : Sri Fitri Wahyuni, SE, MM

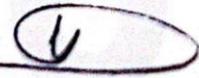






PANITIA PENGUJI

Ketua, Sekretaris,

Assoc. Prof. Dr. Muhammad Qorib, MA  Assoc. Prof. Dr. Zailani, MA 

Unggul | Cerdas | Percaya

**PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN KEPUTUSAN BERSAMA
MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
REPUBLIK INDONESIA**

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih-hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

1. Konsonan

Fonem Konsonan Bahasa Arab, yang dalam tulisan Arab dilambngkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan tanda sebagian dilambangkan dengan huruf dan tanda secara Bersama-sama. Dibawah ini terdaftar huruf arab dan Transliterasinya..

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
أ	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ĥa	ĥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	d	De
ذ	Žal	ž	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	r	er

ش	Zai	z	zet
ض	Sin	s	es
غ	Syin	sy	es dan ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	`ain	`	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	g	ge
ف	Fa	f	ef
ق	Qaf	q	ki
ك	Kaf	k	ka
ه	Lam	l	el
م	Mim	m	em
ن	Nun	n	en
و	Wau	w	we
هـ	Ha	h	ha
ء	Hamzah	”	apostrof
ي	Ya	y	ye

2. Vokal

Vokal Bahasa Arab adalah seperti vokal dalam Bahasa Indonesia, terdiri dari Tunggal dan monoflong dan vokal rangkap atau diflog.

a. Vokal Tunggal

Vokal Tunggal dalam Bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya adalah sebagai berikut :

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ	Fathah	A	a
اِ	Kasrah	I	I

ا	Dhammah	U	U
---	---------	---	---

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu :

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf	Nama
ي	Fathah dan ya	Ai	A dan I
و	Fathah dan wau	Au	A dan U

Contoh:

Kataba : كتب

Fa'ala : فعل

Kaifa : كيف

c. Maddah

Maddah atau Vokal panjang yang lambangnya berupa harkat huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
ا -	Fathah dan alif atau ya	Ā	A dan garis di atas
ى-	Kasrah dan ya	Ī	I dan garis di atas
و و-	Dhammah dan wau	Ū	U dan garis di atas

a. Ta Marbutah

Transliterasinya Ta Marbutah ada dua:

1. Ta marbutah hidup

Ta marbutah yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan dhammah, transliterasinya (t)

2. Ta marbutah Mati

Ta marbutah yang mati mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah (h)

3. Kalau kata pada yang terakhir dengan ta marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta marbutah itu ditransliterasikan dengan h (ha).

Contoh : المدينة المنورة: Almadinah Almunawwarah

b. Syaddah (tasyid)

Syaddah atau tasyid yang pada tulisan arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasyid, dalam transliterasi ini tanda tasyid tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh :

rabbanā : ررب

nazzala : نل

al-birr : بز

al-hajj : حخ

c. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. yaitu ال namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas kata sandang yang diikuti huruf syamsiah dan kata sandang yang diikuti oleh huruf qomariah.

1. Kata sandang diikuti diikuti oleh huruf syamsiah

Kata sandang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyi, yaitu huruf (l) diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya. Baik diikuti huruf syamsiah maupun qmqriah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh :

ar-rajulu: زج لال

as-sayyidatu: سدة ال

asy-syamsu: شمس ال

al-qalamu: لم ق ال

al-jalalu: لاج لال

d. Hamzah

Dinyatakan didepan bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak ditengah dan diakhir kata. Bila hamzah itu terletak diawal kata, ia tidak dilambangkan karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh :

ta'khuzūna: ات خزون

an-nau': وء ان

syai'un: شيء

inna: ان

umirtu: امزت

akala: ل اك

e. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi‘il (kata kerja), isim (kata benda), maupun huruf, ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

f. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dengan EYD, diantaranya huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilanama itu huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh :

1. Wa mamuhammadunillarasul
2. Inna awwalabaitinwudi‘alinnasilalazibibakkatamubarkan
3. Syahru Ramadan al-lazunzilafihil-Qur‘anu
4. Syahru Ramadanal-laziunzilafihil-Qur‘anu
5. Walaqadra‘ahubilufuq al-mubin
6. Alhamdulillahirabbil-alamin

g. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai ilmu tajwid.

ABSTRAK

Rizka Aldira Marpaung, 2101280090, Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberlanjutan UMKM Disektor Makanan Halal, pembimbing Dr. Riyan Pradesyah, S.E.Sy., M.E.I

Penelitian ini bertujuan (1) untuk mengetahui pengaruh akses keuangan terhadap keberlanjutan UMKM halal di Kecamatan Medan Timur, (2) untuk mengetahui pengaruh strategi pemasaran terhadap keberlanjutan UMKM halal di Kecamatan Medan Timur, (3) untuk mengetahui pengaruh kepatuhan halal terhadap keberlanjutan UMKM halal di Kecamatan Medan Timur, (4) Untuk menganalisis pengaruh secara simultan simultan akses keuangan, strategi pemasaran dan kepatuhan halal terhadap keberlanjutan UMKM halal di Kecamatan Medan Timur. Lokasi penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Medan Timur, Kota Medan, Provinsi Sumatera Utara. Metode penelitian ini adalah kuantitatif, dengan bantuan software SPSS 25. Berdasarkan kuesioner yang disebarakan kepada responden sebanyak 88 menunjukkan bahwa akses keuangan tidak memiliki pengaruh dan tidak signifikan terhadap keberlanjutan UMKM sebesar 1,1 %. Strategi pemasaran memiliki pengaruh dan signifikan terhadap keberlanjutan UMKM sebesar 54,2 %. Dan kepatuhan halal memiliki pengaruh dan signifikan terhadap keberlanjutan UMKM sebesar 37,5%. Sedangkan secara simultan akses keuangan, strategi pemasaran, dan kepatuhan halal berpengaruh dan signifikan terhadap keberlanjutan UMKM sebesar 79,5 % sedangkan sisanya sebesar 20,5 % dijelaskan oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

Kata kunci : Akses Keuangan, Strategi Pemasaran, Kepatuhan halal, dan Keberlanjutan UMKM

ABSTRACT

Rizka Aldira Marpaung, 2101280090, Factors Affecting the Sustainability of SMEs in the Halal Food Sector, supervisor Dr. Riyan Pradesyah, S.E.Sy., M.E.I.

This study aims (1) to determine the effect of financial access on the sustainability of halal MSMEs in East Medan District, (2) to determine the effect of marketing strategies on the sustainability of halal SMEs in East Medan District, (3) to determine the effect of halal compliance on the sustainability of halal SMEs in East Medan District, (4) to analyze the simultaneous influence of financial access, marketing strategies and halal compliance on the sustainability of halal SMEs in East Medan District. The location of this research was carried out in East Medan District, Medan City, North Sumatra Province. This research method is quantitative, with the help of SPSS 25 software. Based on the questionnaire distributed to 88 respondents, it shows that financial access has no influence and is not significant on the sustainability of SMEs by 1.1%. Marketing strategy has an influence and is significant to the sustainability of SMEs by 54.2%. And halal compliance has an influence and is significant to the sustainability of SMEs by 37.5%. Meanwhile, simultaneously financial access, marketing strategy, and halal compliance have a significant effect on the sustainability of SMEs by 79.5% while the remaining 20.5% is explained by other variables not used in this study.

Keywords: *Access to Finance, Marketing Strategy, Halal Compliance, and SMEs Sustainability.*

KATA PENGANTAR



Assalamu'allaikum warahmatullahi wabarakatuh

Puji dan Syukur penulis panjatkan Kehadirat Tuhan Yang Maha Esa karena berkat limpahan Rahmat dan Karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberlanjutan UMKM Disektor Makanan Halal” dengan baik serta tepat pada waktunya. Skripsi ini disusun sebagai syarat untuk menyelesaikan Pendidikan Strata-1 (S1) program studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Penulis banyak mendapat bimbingan, pengarahan dan bantuan dari berbagai pihak selama menyelesaikan penelitian ini. Untuk itu, penulis dengan hati yang tulus mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Yang Istimewa kepada kedua orang Tua penulis tercinta Ayahanda Safii Marpaung dan Ibunda Yusnita Sitorus yang telah memberikan kasih sayang yang sangat besar serta dorongan doa dan semangat juga bantuan moril, spiritual dan material sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Bapak Prof. Dr. Agussani, M.AP sebagai Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Assoc. Prof. Dr. Muhammad Qorib, MA sebagai Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Bapak Assoc. Prof. Dr. Zailani, M.A., selaku Wakil Dekan I Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Assoc. Prof. Dr. Munawir Pasaribu, M.A., selaku Wakil Dekan III Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Ibu Dr. Isra Hayati, S.Pd., M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Bapak Syahrul Amsari, SE.Sy., M.Si selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

8. Bapak Dr. Riyan Pradesyah, SE.Sy., M.E.I selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan dan pengarahan kepada penulis demi selesainya penelitian dengan baik.
9. Terima kasih kepada teman-teman KKN terutama kepada Fikri Syawal Habib, Amri Muazib, Yassin Azhim Rantissi, Afifah Fauziah Sitanggung, Amanda Putri Syahbana, Jannatul Ma'wa Manurung, Jelita Dwi Cahya, Reza Aliyanda, Dedek Ardiansyah, Muhammad Alfin Mutaqqin, Maysa Aurelia, yang telah menjadi teman suka maupun duka dan telah memberikan dukungan dan bantuan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik.
10. Teman-teman MBS B1 Pagi terutama kepada Najiyullah Subhani Lubis, Faris Nazriansyah, Muhammad Hamizan, S.E, Mahmud Kholil S. Siagian, Rifqi Ananda yang telah menjadi teman seperjuangan dari awal semester hingga saat ini.

Harapan penulis semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang membaca, khususnya kepada Mahasiswa/i Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Akhir kata penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah banyak membantu, semoga Allah SWT selalu melimpahkan Rahmat dan hidayah-Nya kepada semua, Amin.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Medan, 21 Maret 2025

Penulis



Rizka Aldira Marpaung
NPM. 2101280090

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	3
C. Rumusan Masalah	4
D. Tujuan Penelitian	4
E. Manfaat Penelitian.....	4
F. Sistematika Penulisan.....	6
BAB II LANDASAN TEORITIS	7
A. Kajian Pustaka	7
1. Perkembangan UMKM Halal.....	7
2. Akses Keuangan UMKM Halal	10
3. Strategi Pemasaran UMKM Halal.....	12
4. Kepatuhan Halal.....	15
B. Kajian Penelitian Terdahulu	18
C. Kerangka Pemikiran	31
D. Hipotesis	34
BAB III METODE PENELITIAN.....	36
A. Pendekatan Penelitian.....	36
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	36
1. Lokasi Penelitian.....	36
2. Waktu Penelitian	36
C. Populasi dan Sampel.....	37
1. Populasi.....	37
2. Sampel.....	38
D. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	39
1. Variabel Penelitian.....	39

2. Definisi Operasional Variabel	39
E. Teknik Pengumpulan Data.....	41
F. Instrumen Penelitian	41
G. Uji Persyarat	43
H. Teknik Analisis Data.....	44
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	47
A. Deskripsi Lokasi Penelitian	47
1. Sejarah dan Geografi Kecamatan Medan Timur	47
2. Visi dan Misi	49
B. Deskripsi Karakteristik Responden	49
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	49
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	50
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	50
4. Karakteristik Responden Berdasarkan Posisi Dalam Usaha	51
5. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usaha	51
6. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha Berjalan.....	52
7. Karakteristik Responden Berdasarkan Omzet Usaha Pertahun.....	52
8. Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Modal.....	53
C. Hasil Penelitian.....	54
1. Uji Statistik Deskriptif	54
2. Uji Validitas Data dan Reabilitas.....	55
3. Uji Persyarat.....	60
4. Uji Regresi Linear Berganda.....	62
5. Uji Hipotesis.....	63
D. Pembahasan	68
1. Pengaruh Akses Keuangan (X_1) Terhadap Keberlanjutan UMKM (Y)...	68
2. Pengaruh Strategi Pemasaran (X_2) Terhadap Keberlanjutan UMKM (Y)	69
3. Pengaruh Kepatuhan Halal (X_3) Terhadap Keberlanjutan UMKM (Y) ..	70
4. Pengaruh Akses Keuangan (X_1), Strategi Pemasaran (X_2), dan Kepatuhan Halal (X_3) Terhadap Keberlanjutan UMKM (Y).....	71
BAB V PENUTUPAN	73
A. Kesimpulan.....	73
B. Saran	73
DAFTAR PUSTAKA.....	75

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul Gambar	Halaman
Gambar 2. 1	Kerangka Pemikiran.....	31
Gambar 4. 1	Peta Kecamatan Medan Timur	48
Gambar 4. 2	Uji Heterokedastisitas	61

DAFTAR TABEL

Nomor	Judul Tabel	Halaman
Tabel 2. 1	Penelitian Terdahulu.....	18
Tabel 3. 1	Tabel Waktu Penelitian.....	37
Tabel 3. 2	Skala Likert	42
Tabel 3. 3	Indikator Penelitian	42
Tabel 4. 1	Rincian Luas Kelurahan Kecamatan Medan Timur	48
Tabel 4. 2	Responden Berdasarkan Umur.....	49
Tabel 4. 3	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
Tabel 4. 4	Responden Berdasarkan Pendidikan	50
Tabel 4. 5	Responden berdasarkan posisi dalam usaha.....	51
Tabel 4. 6	Responden Berdasarkan Jenis Usaha	51
Tabel 4. 7	Responden Berdasarkan Lama Usaha Berjalan	52
Tabel 4. 8	Responden Berdasarkan Omzet Usaha Pertahun	52
Tabel 4. 9	Responden Berdasarkan Sumber Modal	53
Tabel 4. 10	Uji Statistik Deskriptif	55
Tabel 4. 11	Uji Validitas Akses Keuangan (X1).....	55
Tabel 4. 12	Uji Validitas Strategi Pemasaran (X2).....	56
Tabel 4. 13	Uji Validitas Kepatuhan Halal (X3)	57
Tabel 4. 14	Uji Validitas Keberlanjutan UMKM (Y).....	58
Tabel 4. 15	Uji Reabilitas Akses Keuangan	59
Tabel 4. 16	Uji Reabilitas Strategi Pemasaran	59
Tabel 4. 17	Uji Reabilitas Kepatuhan Halal.....	59
Tabel 4. 18	Uji Reabilitas keberlanjutan UMKM	60
Tabel 4. 19	Uji Normalitas pada Kolmogrov-Smirnov	60
Tabel 4. 20	Uji Regresi Linear Berganda.....	62
Tabel 4. 21	Uji Parsial (Uji T).....	64
Tabel 4. 22	Uji Simultan (Uji F)	66
Tabel 4. 23	Uji Determinasi	67

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam perekonomian Indonesia, khususnya dalam penyediaan lapangan kerja, pengentasan kemiskinan, serta kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) (Bakrie et al., 2024). Berdasarkan data (Kemenkeu RI, 2023), sektor UMKM menyumbang lebih dari 61% PDB Indonesia dan menyerap lebih dari 97% tenaga kerja. Dalam konteks ini, sektor makanan menjadi salah satu sektor yang mendominasi aktivitas UMKM, mengingat tingginya permintaan masyarakat terhadap produk makanan, khususnya yang bersertifikasi halal (Caswito et al., 2024).

Tantangan utama yang dihadapi oleh UMKM adalah kurangnya pemahaman dan akses terhadap proses sertifikasi halal. Sertifikasi halal merupakan aspek krusial yang tidak hanya menjamin kehalalan produk tetapi juga meningkatkan kepercayaan konsumen (Putri, R., 2024). Data menunjukkan bahwa hanya sekitar 10% dari UMKM di Indonesia yang telah mendapatkan sertifikat halal. Hal ini disebabkan oleh berbagai faktor, termasuk kurangnya pengetahuan tentang prosedur sertifikasi, biaya yang dianggap tinggi, serta proses yang dianggap rumit dan memakan waktu. Ketidakpastian mengenai kehalalan produk dapat mengakibatkan keraguan di kalangan konsumen, sehingga berdampak negatif pada penjualan dan keberlangsungan usaha (Prayudhia, 2024).

Sertifikasi halal berperan penting dalam membangun kepercayaan konsumen. Konsumen saat ini semakin cerdas dan selektif dalam memilih produk makanan, terutama yang berkaitan dengan aspek kehalalan. Tanpa sertifikasi halal, UMKM berisiko kehilangan pelanggan yang lebih memilih produk dengan jaminan kehalalan (Amry et al., 2024). Penelitian menunjukkan bahwa konsumen cenderung lebih loyal terhadap merek yang memiliki sertifikat halal. Oleh karena itu, keberadaan sertifikat ini dapat meningkatkan daya saing UMKM di pasar. Namun, banyak pelaku UMKM merasa bahwa

proses untuk mendapatkan sertifikasi halal itu sulit dan mahal. Mereka sering kali tidak mengetahui langkah-langkah yang harus diambil untuk mendapatkan sertifikat tersebut. Selain itu, ada juga kekhawatiran mengenai biaya yang harus dikeluarkan untuk proses sertifikasi dan kemungkinan adanya biaya tambahan untuk menjaga standar kehalalan setelah sertifikasi diperoleh halal (Wahyuni et al., 2023).

Keberlanjutan UMKM tidak hanya dipengaruhi oleh faktor eksternal seperti regulasi pemerintah dan permintaan pasar, tetapi juga sangat dipengaruhi oleh faktor internal. Komitmen pemilik usaha terhadap penerapan standar halal menjadi salah satu kunci keberhasilan (Fibriyani & Mufidah, 2017). Banyak pelaku UMKM yang belum sepenuhnya memahami pentingnya penerapan standar operasional halal dalam meningkatkan kinerja bisnis mereka. Mereka sering terjebak dalam pola pikir jangka pendek, berfokus pada keuntungan instan tanpa mempertimbangkan dampak jangka panjang dari praktik bisnis mereka. Dari sisi eksternal, dukungan dari pemerintah dan lembaga terkait juga memainkan peran penting dalam membantu UMKM mencapai keberlanjutan. Regulasi yang jelas dan dukungan teknis dalam proses sertifikasi dapat membantu pelaku UMKM untuk lebih mudah mendapatkan sertifikat halal. Namun, informasi mengenai regulasi ini sering kali tidak tersebar dengan baik kepada para pelaku usaha kecil (Listiasari et al., 2024). Banyak pelaku UMKM yang tidak mengetahui adanya program-program bantuan atau insentif dari pemerintah untuk mendukung proses sertifikasi halal. Tekanan dari pasar juga semakin meningkat seiring dengan kesadaran konsumen akan pentingnya produk halal. Permintaan akan makanan halal yang terjamin kehalalannya terus meningkat, mendorong pelaku usaha untuk beradaptasi dengan tuntutan pasar (Athief et al., 2022). Konsumen kini tidak hanya mencari produk yang enak tetapi juga ingin memastikan bahwa produk tersebut memenuhi standar kehalalan.

Penting untuk melakukan analisis mendalam terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi keberlanjutan UMKM di sektor makanan halal. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan mengeksplorasi berbagai aspek yang berkontribusi terhadap keberhasilan atau kegagalan UMKM dalam

mempertahankan operasional mereka (Mujiatun et al., 2022). Melalui pemahaman yang lebih baik mengenai faktor-faktor tersebut, diharapkan pelaku UMKM dapat mengembangkan strategi yang lebih efektif untuk mencapai keberlanjutan dalam industri makanan halal. Penelitian ini tidak hanya akan memberikan wawasan bagi pelaku usaha tetapi juga bagi pembuat kebijakan dalam merumuskan program-program dukungan yang lebih tepat sasaran bagi UMKM di sektor ini. Dengan demikian, diharapkan kontribusi dari sektor UMKM terhadap perekonomian nasional dapat meningkat secara signifikan, sekaligus memenuhi kebutuhan masyarakat akan produk makanan yang berkualitas dan terjamin kehalalannya. Salah satu UMKM yang saat ini tidak mengalami peningkatan berada di Kecamatan Medan Timur. Banyak dari UMKM yang belum juga mengembangkan usaha yang dimiliki padahal usaha yang dijalankan memiliki banyak peminat, maka dari itu peneliti ingin melakukan penelitian di lokasi tersebut, dengan judul penelitian **“Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberlanjutan UMKM Disektor Makanan Halal”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, dapat diidentifikasi beberapa permasalahan utama yang dihadapi oleh UMKM di sektor makanan halal:

1. Sulitnya mendapatkan pembiayaan yang sesuai dengan prinsip syariah sehingga membatasi kemampuan UMKM untuk mengembangkan usaha.
2. Proses sertifikasi yang memerlukan biaya, waktu, dan pemahaman yang memadai sering kali menjadi hambatan bagi UMKM kecil.
3. Banyak pelaku UMKM yang belum memiliki keterampilan dalam mengelola keuangan, produksi, dan pemasaran secara optimal.
4. Rendahnya pemahaman pelaku UMKM tentang implementasi prinsip syariah dalam operasional usaha dapat memengaruhi keberlanjutan usaha mereka.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah diuraikan, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh akses keuangan terhadap keberlanjutan UMKM halal di Kecamatan Medan Timur?
2. Apakah ada pengaruh strategi pemasaran terhadap keberlanjutan UMKM halal di Kecamatan Medan Timur?
3. Apakah ada pengaruh kepatuhan halal terhadap keberlanjutan UMKM halal di Kecamatan Medan Timur?
4. Bagaimana pengaruh secara simultan akses keuangan, strategi pemasaran dan kepatuhan halal terhadap keberlanjutan UMKM halal di Kecamatan Medan Timur?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang dijelaskan diatas, dapat diketahui tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh akses keuangan terhadap keberlanjutan UMKM halal di Kecamatan Medan Timur.
2. Untuk mengetahui pengaruh strategi pemasaran terhadap keberlanjutan UMKM halal di Kecamatan Medan Timur.
3. Untuk mengetahui pengaruh kepatuhan halal terhadap keberlanjutan UMKM halal di Kecamatan Medan Timur.
4. Untuk menganalisis pengaruh secara simultan simultan akses keuangan, strategi pemasaran dan kepatuhan halal terhadap keberlanjutan UMKM halal di Kecamatan Medan Timur.

E. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian adalah kontribusi yang diberikan atau yang bisa dilakukan setelah penelitian selesai. Manfaat penelitian terdiri dari manfaat teoritis dan praktis. Berikut uraiannya :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini secara teoretis memberikan kontribusi dalam pengembangan literatur terkait keberlanjutan UMKM di sektor makanan halal, khususnya dalam perspektif bisnis syariah. Kajian ini memperkaya pemahaman tentang analisis faktor-faktor yang memengaruhi keberlanjutan UMKM berdasarkan prinsip-prinsip syariah, serta memberikan landasan ilmiah untuk mendukung pengembangan strategi dan kebijakan dalam memajukan sektor ini. Selain itu, penelitian ini berperan dalam memperdalam analisis akademis terkait integrasi nilai-nilai syariah dalam operasional UMKM, sehingga memberikan perspektif yang lebih komprehensif terhadap konsep keberlanjutan yang tidak hanya berorientasi pada aspek finansial, tetapi juga aspek sosial dan moral.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini memberikan manfaat berupa pengembangan kemampuan dalam melakukan analisis yang komprehensif terkait isu-isu keberlanjutan UMKM di sektor makanan halal. Selain itu, penelitian ini juga memberikan kesempatan kepada peneliti untuk berkontribusi secara langsung dalam memberikan rekomendasi berbasis penelitian yang dapat diaplikasikan untuk mendukung pengembangan UMKM di sektor makanan halal. Pengalaman yang diperoleh melalui penelitian ini diharapkan dapat menjadi landasan untuk pengembangan karir peneliti di bidang akademik maupun profesional, khususnya dalam bidang bisnis syariah dan pemberdayaan UMKM.

b. Bagi UMSU

Penelitian ini dimaksudkan untuk membantu melengkapi referensi bagi peneliti yang akan datang, dan dijadikan acuan sebagai referensi terdahulu.

c. Bagi Pelaku UMKM

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan panduan praktis dalam mengidentifikasi dan mengatasi hambatan yang memengaruhi keberlanjutan usaha mereka. Dengan memahami faktor-faktor yang

berpengaruh, pelaku umkm dapat merancang strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan daya saing, efisiensi operasional, dan kualitas produk. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan wawasan tentang pentingnya penerapan prinsip syariah dalam operasional usaha, sehingga umkm tidak hanya mampu bersaing di pasar lokal tetapi juga membuka peluang di pasar global. Selain itu, hasil penelitian ini dapat menjadi dasar bagi pelaku umkm untuk mengakses dukungan kebijakan dan program pendampingan yang sesuai dengan kebutuhan mereka.

F. Sistematika Penulisan

Adapun yang menjadi sistematika penulisan dalam proposal ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN: Latar Belakang Masalah, Identifikasi Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penelitian.

BAB II LANDASAN TEORETIS: Kajian Pustaka, Kajian Penelitian Terdahulu, Kerangka Penelitian, dan Hipotesis.

BAB III HASIL METODE PENELITIAN: Pendekatan Penelitian, Lokasi dan Waktu Penelitian, Populasi dan Sampel, Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel, Teknik Pengumpulan Data, Instrumen Penelitian, Uji Persyarat dan Teknik Analisis Data.

BAB IV HASIL METODE PENELITIAN: Pendekatan Penelitian, Lokasi dan Waktu Penelitian, Populasi dan Sampel, Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel, Teknik Pengumpulan Data, Instrumen Penelitian, Uji Persyarat dan Teknik Analisis Data.

BAB V HASIL METODE PENELITIAN: Pendekatan Penelitian, Lokasi dan Waktu Penelitian, Populasi dan Sampel, Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel, Teknik Pengumpulan Data, Instrumen Penelitian, Uji Persyarat dan Teknik Analisis Data.

BAB II

LANDASAN TEORITIS

A. Kajian Pustaka

1. Perkembangan UMKM Halal

a. Pengertian Perkembangan UMKM Halal

Perkembangan UMKM halal dapat diartikan sebagai proses di mana usaha mikro, kecil, dan menengah beradaptasi dengan kebutuhan pasar yang semakin mengedepankan produk dan layanan yang sesuai dengan prinsip syariah Islam. Ini mencakup pemenuhan standar kehalalan dalam semua aspek produksi, mulai dari pemilihan bahan baku hingga proses pembuatan dan pemasaran produk (Hariani & Sutrisno, 2023). Menurut (Junaidi, 2022), UMKM didefinisikan sebagai usaha produktif yang dimiliki oleh perorangan atau badan usaha dengan kriteria tertentu berdasarkan jumlah aset dan omset tahunan. Menurut penelitian (Haholongan et al., 2024), UMKM adalah usaha yang dilakukan oleh suatu perusahaan dengan tenaga kerja terbatas dan modal yang tidak besar. Dalam konteks halal, UMKM harus memenuhi kriteria tertentu untuk memastikan bahwa produk yang dihasilkan sesuai dengan syariah Islam. Hal ini mencakup pemilihan bahan baku, proses produksi, hingga pemasaran produk yang harus bersertifikat halal. Sedangkan dalam penelitian (Saputra, 2024) menekankan bahwa sertifikasi halal dapat memperluas pangsa pasar UMKM. Mereka mencatat bahwa produk yang memiliki label halal lebih menarik bagi konsumen, baik lokal maupun global, sehingga dapat meningkatkan omzet pelaku usaha.

Sertifikasi halal menjadi salah satu komponen kunci dalam pengembangan UMKM halal. (Mustofa & Prasetyo, 2024) menjelaskan bahwa sertifikasi halal tidak hanya memberikan perlindungan kepada konsumen, tetapi juga meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap produk yang dihasilkan. Produk yang memiliki label halal lebih menarik bagi konsumen, baik Muslim maupun non-Muslim, karena dianggap lebih aman dan berkualitas. Hal ini menunjukkan bahwa sertifikasi halal berperan penting dalam meningkatkan daya saing produk UMKM di pasar modern Indonesia, dengan lebih dari 236 juta penduduk Muslim, memiliki potensi pasar yang sangat besar untuk produk halal. Penelitian (Rohim & Priyatno, 2021)

menyatakan bahwa gaya hidup halal telah menjadi kebutuhan utama bagi umat Islam, sehingga memberikan peluang bagi Indonesia untuk menjadi penghasil produk dan jasa halal terbesar di dunia. Menurut laporan tersebut, pemberdayaan UMKM halal melalui pemanfaatan teknologi digital dapat memberikan dampak signifikan bagi peningkatan perekonomian nasional.

(Hariani & Sutrisno, 2023) menyebutkan bahwa potensi dan peluang UMKM industri halal di Indonesia sangat besar, terutama jika dilihat dari jumlah konsumen Muslim potensial. Perkembangan ini tidak hanya berfokus pada peningkatan jumlah UMKM, tetapi juga pada kualitas produk dan kemampuan bersaing di pasar domestik maupun internasional. Dalam konteks makanan halal, UMKM memiliki tanggung jawab untuk memastikan bahwa produk yang mereka hasilkan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Prinsip ini mencakup kehalalan bahan baku, proses produksi, hingga distribusi. Landasan syariah mengenai makanan halal dapat ditemukan dalam firman Allah SWT dalam Al-Qur'an. Diantaranya :

1. QS. Al-Baqarah (2): 168

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوتَ
الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ ﴿١٦٨﴾

“Wahai manusia! Makanlah dari (makanan) yang halal dan baik yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti Langkah-langkah setan. Sungguh, setan itu musuh yang nyata bagimu.”

Ayat ini menekankan pentingnya mengonsumsi makanan yang tidak hanya halal secara hukum, tetapi juga baik (thayyib) untuk Kesehatan dan kesejahteraan manusia. UMKM disektor makanan halal diharapkan dapat menerapkan nilai ini dalam setiap tahap operasional mereka.

2. QS. Al-Maidah (5) 88

وَكُلُوا مِمَّا رَزَقَكُمُ اللَّهُ حَلَالًا طَيِّبًا وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي أَنْتُمْ بِهِ مُؤْمِنُونَ ﴿٨٨﴾

“Dan makanlah rezeki yang telah diberikan Allah kepada kalian, yang halal lagi baik, dan bertakwalah kepada Allah yang beriman kepada-Nya.”

Ayat ini mengajarkan bahwa makanan halal bukan hanya sekedar aturan agama, tetapi juga bentuk ketakwaan kepada Allah SWT. Oleh karena itu, UMKM yang berkomitmen pada prinsip halal juga berkontribusi dalam menjalankan nilai-nilai keimanan. Dengan landasan ini, UMKM di sektor makanan halal memiliki potensi besar untuk tidak hanya berkontribusi secara ekonomi tetapi juga menhadi bagian dari dakwah Islam dalam mempromosikan gaya hidup halal.

d. Indikator Perkembangan UMKM Halal

Indikator perkembangan UMKM halal dalam penelitian ini menggunakan indikator yang diidentifikasi oleh para ahli dan Lembaga terkait sebagai berikut :

1. Sertifikasi Halal

Jumlah UMKM yang berhasil mendapatkan sertifikasi halal mencerminkan kesadaran dan kepatuhan pelaku usaha terhadap standar syariah. Sertifikasi ini tidak hanya meningkatkan kepercayaan konsumen tetapi juga memperluas akses pasar bagi produk halal. Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian menekankan bahwa dukungan terhadap sertifikasi halal sangat penting agar produk UMKM mampu menembus pasar negara-negara berpenduduk mayoritas Muslim (Listiasari et al., 2024).

2. Inovasi Produk

Pelaku usaha yang mampu berinovasi dalam menciptakan produk baru yang sesuai dengan tren pasar dan memenuhi standar kehalalan menunjukkan kemampuan adaptasi yang baik. Menurut laporan dari KNEKS, inovasi dalam produk halal dapat meningkatkan daya saing UMKM di pasar domestik maupun internasional (Hakim, 2021).

3. Penggunaan Teknologi Digital

Digitalisasi dapat membantu pelaku usaha dalam memasarkan produk, mengelola inventaris, serta meningkatkan efisiensi operasional. Dengan meningkatnya adopsi teknologi digital, diharapkan UMKM dapat lebih kompetitif di pasar global (Ula Rochmatannia Rosana, 2024).

4. Akses Pasar

Meningkatnya jumlah produk halal yang dipasarkan baik secara domestik maupun internasional menunjukkan perkembangan positif dalam sektor ini.

Pemerintah terus mendorong perluasan akses pasar melalui kebijakan dan dukungan bagi UMKM, termasuk memfasilitasi transaksi ekspor (Jauhari, 2024).

2. Akses Keuangan UMKM Halal

a. Pengertian Akses Keuangan

Akses keuangan merupakan salah satu faktor kunci yang mempengaruhi perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) halal di Indonesia. Dalam konteks ini, akses keuangan tidak hanya mencakup kemampuan untuk mendapatkan modal, tetapi juga mencakup pemahaman dan pengelolaan keuangan yang baik oleh pelaku UMKM. Dengan meningkatnya kesadaran akan pentingnya produk halal, kebutuhan akan dukungan finansial yang memadai menjadi semakin mendesak. Oleh karena itu, kajian ini bertujuan untuk mengeksplorasi berbagai aspek terkait akses keuangan bagi UMKM halal (Kemenpanrb, 2021). Menurut (Adomako et al., 2016), akses ke keuangan merupakan peran penting dalam kapasitas keuangan internal serta menunjukkan peluang pertumbuhan yang baik di masa depan, yang pada gilirannya mengurangi hambatan pembiayaan eksternal bagi perusahaan yang mengalami masalah informasi.

Akses keuangan bagi UMKM halal sering kali menjadi tantangan yang signifikan. Menurut laporan (Otoritas Jasa Keuangan, 2024) pelaku UMKM di Indonesia menghadapi kesulitan dalam mendapatkan permodalan yang cukup untuk mengembangkan usaha mereka. Hal ini disebabkan oleh berbagai faktor, termasuk kurangnya pengetahuan tentang produk keuangan yang tersedia dan ketidakpahaman mengenai prosedur pengajuan pinjaman. Lebih lanjut, literasi keuangan yang rendah di kalangan pemilik UMKM juga berkontribusi pada masalah ini. Penelitian oleh (Novitasari, 2023) menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan UMKM halal, yang menunjukkan bahwa pemilik usaha yang lebih memahami pengelolaan keuangan cenderung memiliki akses yang lebih baik terhadap sumber daya finansial. Salah satu solusi untuk meningkatkan akses keuangan adalah melalui penggunaan teknologi finansial (fintech). Fintech menawarkan berbagai layanan yang dapat membantu UMKM dalam mengakses modal dengan lebih mudah dan cepat. Dalam konteks ini, (Novitasari, 2023) juga menekankan bahwa inklusi keuangan melalui

fintech dapat menjadi jembatan bagi pelaku UMKM halal untuk mendapatkan layanan perbankan dan pinjaman tanpa harus melalui proses yang rumit. Dengan memanfaatkan teknologi, pelaku UMKM dapat melakukan pencatatan transaksi secara digital dan mengelola keuangan usaha mereka dengan lebih efektif.

Lembaga keuangan memiliki peran penting dalam memberikan dukungan kepada UMKM halal. Menurut (Sholikin et al., 2023), lembaga keuangan perlu menyediakan produk-produk yang sesuai dengan kebutuhan pelaku UMKM, termasuk pinjaman tanpa bunga atau skema pembiayaan berbasis syariah. Hal ini penting agar pelaku UMKM merasa lebih nyaman dalam mengakses layanan keuangan tanpa harus khawatir melanggar prinsip-prinsip syariah. Selain itu, lembaga keuangan juga perlu meningkatkan sosialisasi mengenai produk-produk mereka agar pelaku UMKM lebih memahami manfaat dan cara penggunaannya. Literasi keuangan menjadi kunci dalam meningkatkan akses keuangan bagi UMKM halal. Pemilik usaha yang memiliki pemahaman yang baik tentang manajemen keuangan akan lebih mampu mengelola pendapatan dan pengeluaran usaha mereka dengan bijak (Sharzia Adewirza & Isra Hayati, 2024). Penelitian menunjukkan bahwa dengan meningkatkan literasi keuangan, pelaku UMKM dapat membuat keputusan finansial yang lebih baik, seperti memilih produk pembiayaan yang tepat dan menghindari utang yang tidak perlu. Oleh karena itu, program pendidikan dan pelatihan mengenai literasi keuangan sangat penting untuk diberikan kepada para pelaku UMKM.

b. Indikator Akses Keuangan UMKM Halal

Indikator akses keuangan UMKM halal dalam penelitian ini menggunakan indikator yang diidentifikasi oleh para ahli sebagai berikut:

1. Tingkat Literasi Keuangan Pelaku UMKM

Literasi keuangan berpengaruh positif terhadap kemampuan pelaku UMKM dalam mengakses layanan keuangan. Tingkat literasi yang tinggi memungkinkan pelaku usaha untuk memahami produk-produk keuangan yang tersedia dan cara mengajukan permohonan. Literasi keuangan yang baik juga membantu pelaku UMKM dalam mengelola keuangan mereka secara efektif (Novita Sari, 2023).

2. Ketersediaan Produk Pembiayaan Syariah

Produk yang bervariasi, seperti pinjaman tanpa bunga dan pembiayaan berbasis syariah, akan memberikan lebih banyak pilihan bagi pelaku usaha dalam mendapatkan modal. Keberagaman produk ini sangat penting untuk meningkatkan inklusi keuangan di sektor UMKM halal (Hakim, 2021).

3. Persentase Pinjaman yang Diberikan Kepada UMKM Halal

Menurut (Warto et al., 2024), persentase total pinjaman yang disalurkan kepada UMKM halal dibandingkan dengan total pinjaman keseluruhan dapat menunjukkan komitmen lembaga keuangan dalam mendukung sektor ini. Ini juga mencerminkan seberapa besar perhatian lembaga keuangan terhadap pengembangan industri halal.

4. Jumlah Lembaga Keuangan yang Menyediakan Pembiayaan

Menurut (Ahyar, 2019), jumlah lembaga keuangan yang menyediakan produk pembiayaan untuk UMKM halal merupakan indikator penting. Peningkatan jumlah lembaga keuangan syariah, seperti bank syariah dan lembaga keuangan mikro syariah, menunjukkan adanya kemudahan akses bagi pelaku UMKM untuk mendapatkan modal. Hal ini penting untuk memastikan bahwa pelaku UMKM memiliki berbagai pilihan dalam mencari pembiayaan yang sesuai dengan prinsip syariah.

3. Strategi Pemasaran UMKM Halal

a. Pengertian Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran merupakan bagian integral dari keberhasilan suatu usaha, termasuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) halal. Dalam konteks ini, strategi pemasaran tidak hanya berfungsi untuk meningkatkan penjualan, tetapi juga untuk membangun kepercayaan dan loyalitas konsumen, terutama di kalangan pelanggan Muslim yang semakin sadar akan pentingnya produk halal. Oleh karena itu, pemahaman tentang strategi pemasaran yang tepat sangat penting bagi pelaku UMKM halal untuk dapat bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Menurut (Kotler dan Keller 2016), strategi pemasaran adalah "rencana yang dirancang untuk mencapai tujuan pemasaran tertentu dengan cara yang efektif dan efisien." Dalam konteks UMKM halal, strategi pemasaran harus mengintegrasikan prinsip-prinsip

syariah yang mencakup kejujuran, keadilan, dan transparansi dalam setiap aspek bisnis. Hal ini sejalan dengan pandangan (Lesmana, 2024) yang menyatakan bahwa strategi pemasaran syariah berfokus pada penciptaan kesejahteraan bagi masyarakat dengan memastikan bahwa produk yang ditawarkan tidak hanya memenuhi kebutuhan konsumen tetapi juga sesuai dengan hukum Islam.

Strategi pemasaran syariah memiliki karakteristik khusus yang membedakannya dari strategi pemasaran konvensional. (Putri, M. E. et al., 2024) menjelaskan bahwa dalam pemasaran syariah, pelaku usaha dituntut untuk tidak hanya mengejar keuntungan semata, tetapi juga memastikan bahwa produk atau jasa yang mereka tawarkan memberikan manfaat bagi konsumen dan masyarakat luas. Ini mencakup pemilihan bahan baku yang halal, proses produksi yang sesuai dengan syariah, serta komunikasi yang jujur mengenai produk. Lebih lanjut, (Arianti et al., 2023) menekankan pentingnya penerapan prinsip-prinsip syariah dalam setiap langkah strategi pemasaran. Dalam penelitian mengenai UMKM oleh-oleh khas di Bengkulu, ia menemukan bahwa penerapan strategi 4P (*Product, Price, Place, Promotion*) harus dilakukan dengan mempertimbangkan aspek-aspek syariah agar dapat diterima oleh konsumen Muslim. Misalnya, dalam strategi produk, UMKM harus memastikan bahwa semua bahan baku yang digunakan adalah halal dan berkualitas tinggi.

Penerapan strategi pemasaran di UMKM halal dapat dilakukan melalui beberapa langkah praktis. Pertama-tama, pelaku usaha perlu melakukan segmentasi pasar untuk memahami karakteristik konsumen mereka. Menurut (Putra et al., 2021), pemahaman tentang segmen pasar memungkinkan UMKM untuk menyesuaikan produk dan layanan mereka agar lebih relevan dengan kebutuhan konsumen. Selain itu, penggunaan media sosial sebagai alat promosi juga sangat dianjurkan untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Transparansi dalam komunikasi merupakan elemen penting dalam membangun kepercayaan konsumen. Pelaku UMKM harus jujur mengenai kualitas produk, harga, dan manfaat yang ditawarkan. Dengan cara ini, konsumen akan merasa lebih dihargai dan cenderung loyal terhadap merek tersebut. (Lisnawati, 2023) menekankan bahwa kepercayaan ini akan berkontribusi pada peningkatan pangsa pasar UMKM halal. Secara keseluruhan, strategi pemasaran UMKM halal harus mengintegrasikan prinsip-

prinsip syariah dalam setiap aspek operasionalnya. Dengan memahami karakteristik pasar dan menerapkan pendekatan pemasaran yang etis serta transparan, pelaku UMKM dapat membangun kepercayaan konsumen dan meningkatkan daya saing mereka di pasar global. Oleh karena itu, penting bagi pelaku usaha untuk terus mengembangkan pengetahuan tentang strategi pemasaran syariah agar dapat memaksimalkan potensi bisnis mereka sesuai dengan nilai-nilai Islam (Hayati et al., 2023).

b. Indikator Strategi Pemasaran UMKM Halal

Menurut (Rizqo & Handayani, 2022) Indikator strategi pemasaran UMKM halal ini menggunakan strategi pemasaran 4P (*product, place, price dan promotion*), berikut adalah penjelasannya :

1. *Product* (Produk)

Produk adalah barang atau jasa yang ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Dalam konteks UMKM halal, produk harus memenuhi standar kehalalan dan kualitas yang tinggi. Hal ini mencakup pemilihan bahan baku yang halal, proses produksi yang sesuai dengan syariah, serta kemasan yang menarik dan informatif. (Gunawan et al., 2020) menekankan bahwa kualitas produk harus dijaga agar sesuai dengan prinsip halalan thayyiban, yaitu tidak hanya halal tetapi juga baik dan berkualitas.

2. *Place* (Tempat)

Tempat atau saluran distribusi adalah cara di mana produk sampai kepada konsumen. Pemilihan lokasi yang strategis untuk menjual produk sangat penting bagi UMKM halal. Lokasi yang dekat dengan pasar lokal dan sumber bahan baku dapat mengurangi biaya transportasi dan mempermudah akses bagi konsumen. Selain itu, penggunaan berbagai saluran distribusi, termasuk penjualan online melalui media sosial, juga sangat dianjurkan untuk menjangkau audiens yang lebih luas.

3. *Price* (Harga)

Penetapan harga merupakan faktor penting dalam strategi pemasaran. Harga harus mencerminkan nilai produk dan dapat diterima oleh pasar. Dalam UMKM halal, penetapan harga juga harus mempertimbangkan aspek

keadilan dan transparansi agar konsumen merasa dihargai. Penelitian oleh (Wulandari, 2022) menunjukkan bahwa strategi harga yang adil dan kompetitif dapat meningkatkan daya tarik produk di mata konsumen.

4. *Promotion* (Promosi)

Promosi mencakup semua kegiatan yang dilakukan untuk mengkomunikasikan produk kepada konsumen. Promosi dalam konteks UMKM halal harus dilakukan secara jujur dan transparan, tanpa menipu konsumen. Strategi promosi dapat meliputi iklan, partisipasi dalam pameran, serta penggunaan media sosial untuk meningkatkan kesadaran merek dan menarik perhatian konsumen.

4. Kepatuhan Halal

a. Pengertian Kepatuhan Halal

Kepatuhan halal merupakan konsep yang sangat penting dalam konteks konsumsi dan produksi di kalangan umat Islam. Dalam Islam, kepatuhan terhadap prinsip halal tidak hanya berkaitan dengan makanan dan minuman, tetapi juga mencakup berbagai aspek kehidupan lainnya, termasuk kosmetik, farmasi, dan layanan keuangan. Oleh karena itu, pemahaman tentang kepatuhan halal menjadi krusial bagi pelaku usaha, terutama Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang ingin memasuki pasar halal. Kepatuhan halal dapat didefinisikan sebagai kesesuaian produk atau layanan dengan prinsip-prinsip syariah Islam yang mengatur apa yang diperbolehkan (halal) dan tidak diperbolehkan (haram). Menurut (Anggreini et al., 2024), kepatuhan halal mencakup seluruh proses dari pemilihan bahan baku hingga penyajian produk kepada konsumen. Dalam konteks ini, setiap pelaku usaha diharuskan untuk memahami dan menerapkan ketentuan halal dalam setiap aspek operasional mereka. Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Maulana, 2016), dijelaskan bahwa sertifikasi halal merupakan langkah penting untuk memastikan bahwa produk yang dihasilkan memenuhi standar halal. Sertifikasi ini tidak hanya memberikan jaminan kepada konsumen bahwa produk tersebut halal, tetapi juga melindungi pelaku usaha dari risiko hukum yang mungkin timbul akibat ketidakpatuhan terhadap regulasi yang ada. Sertifikasi halal harus

diperoleh melalui proses yang melibatkan pengujian dan evaluasi oleh lembaga yang berwenang, seperti Majelis Ulama Indonesia (MUI).

Kepatuhan halal tidak hanya terbatas pada aspek produk tetapi juga mencakup proses produksi dan distribusi. (Hasanah & Fahrudin, 2021) menyatakan bahwa semua komponen dalam rantai pasok harus terjamin kehalalannya. Ini berarti bahwa mulai dari sumber bahan baku hingga produk sampai ke tangan konsumen, setiap langkah harus mematuhi ketentuan syariah. Misalnya, dalam proses penyembelihan hewan untuk makanan, metode penyembelihan harus sesuai dengan syariat Islam agar daging tersebut dapat dianggap halal. (Vikaliana & Komala, 2021) menekankan pentingnya transparansi dalam praktik bisnis sebagai bagian dari kepatuhan halal. Konsumen Muslim semakin peka terhadap informasi mengenai asal-usul produk yang mereka konsumsi. Oleh karena itu, pelaku usaha perlu menyediakan informasi yang jelas dan akurat mengenai kehalalan produk mereka untuk membangun kepercayaan konsumen.

kepatuhan terhadap prinsip halal diatur oleh Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. Undang-undang ini menetapkan bahwa setiap produk yang beredar di pasar harus memiliki sertifikat halal jika ditujukan untuk konsumen Muslim. (Vikaliana & Komala, 2021) menjelaskan bahwa peraturan ini bertujuan untuk melindungi konsumen dari produk yang tidak memenuhi standar halal serta memberikan kepastian hukum bagi pelaku usaha. Pentingnya kepatuhan halal juga tercermin dalam keputusan Menteri Agama Republik Indonesia mengenai pedoman dan tata cara pemeriksaan serta penetapan pangan halal. Dalam keputusan tersebut, dinyatakan bahwa pangan halal adalah pangan yang tidak mengandung unsur atau bahan haram dan pengolahannya tidak bertentangan dengan syariat Islam. Hal ini menunjukkan bahwa kepatuhan terhadap prinsip halal adalah bagian integral dari sistem hukum dan etika bisnis di Indonesia.

b. Indikator Kepatuhan Halal

Indikator kepatuhan halal dalam penelitian ini menggunakan indikator yang diidentifikasi oleh para ahli sebagai berikut:

1. Sertifikasi Halal

Sertifikasi halal adalah salah satu indikator paling penting dalam kepatuhan halal. Menurut (Jamil & Ariswanto, 2015), sertifikasi ini menjamin bahwa produk telah melalui proses evaluasi yang ketat untuk memastikan bahwa semua bahan baku dan proses produksinya sesuai dengan prinsip syariah. Sertifikasi halal memberikan kepercayaan kepada konsumen bahwa produk yang mereka konsumsi aman dan sesuai dengan ajaran Islam. Penelitian oleh (Anggreini et al., 2024) menunjukkan bahwa sertifikasi halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen Muslim, karena dianggap sebagai jaminan kualitas dan kehalalan produk.

2. Kepatuhan Terhadap Proses Produksi

Kepatuhan halal adalah kepatuhan terhadap proses produksi yang memenuhi standar syariah. (Ernanto & Hermawan, 2022) menjelaskan bahwa setiap tahap dalam rantai pasok harus terjamin kehalalannya, mulai dari pemilihan bahan baku hingga penyajian produk kepada konsumen. Proses produksi yang halal mencakup aspek kebersihan, keamanan pangan, dan penggunaan metode yang sesuai dengan syariat Islam.

3. Transparansi Informasi

Dalam penelitiannya, (Wati & Ridlwan, 2020) menekankan bahwa konsumen Muslim semakin peka terhadap informasi mengenai produk yang mereka konsumsi. Oleh karena itu, pelaku usaha perlu menyediakan informasi yang jelas dan akurat mengenai kehalalan produk mereka untuk membangun kepercayaan konsumen.

4. Penerapan Sistem Jaminan Produk Halal

Berdasarkan pengertian dari (LPPOM-MUI, 2008), SJPH adalah sistem yang dirancang untuk memastikan bahwa produk yang beredar di pasar telah memenuhi standar halal sesuai dengan regulasi yang berlaku. Penerapan SJPH mencakup pengawasan dan evaluasi berkala terhadap proses produksi serta pemantauan distribusi produk.

5. Kepatuhan Hukum

Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal mewajibkan setiap produk yang beredar di pasar untuk memiliki sertifikat halal jika ditujukan untuk konsumen Muslim. Penelitian oleh (Maulana,

2016) menunjukkan bahwa pelaku usaha yang mematuhi regulasi ini tidak hanya melindungi konsumen tetapi juga mengurangi risiko hukum bagi bisnis mereka.

B. Kajian Penelitian Terdahulu

Bagian ini membahas hasil-hasil penelitian sebelumnya yang relevan dengan keberlanjutan UMKM, khususnya di sektor makanan halal, untuk memberikan kerangka teoritis yang kuat dalam penelitian ini. Berikut dijelaskan beberapa penelitian terdahulu yang telah dipilih.

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Penelitian	Judul Penelitian	Variabel Penelitian / Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Rahmanita, Nurul Fadila Dwiyaniti, Nida Siti Nurhamidah (2023)	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Umkm Dalam Melakukan Sertifikasi Halal (Studi Kasus: Warung Nasi Di Sekitar Universitas Siliwangi)	Y: Minat UMKM dalam Melakukan Sertifikasi Halal X1: Pengetahuan tentang Sertifikasi Halal X2: Biaya Sertifikasi Halal X3: Dukungan Pemerintah atau Lembaga Terkait X4: Kesadaran Konsumen terhadap Produk Halal X5: Kompetisi Pasar X6: Kepercayaan terhadap Kehalalan Produk / metode pendekatan kualitatif	Hasil pembahasan dari jurnal yang ditulis oleh Rahmanita, Nurul Fadila Dwiyaniti dan Nida Siti Nurhamidah menunjukkan bahwa minat UMKM dalam melakukan sertifikasi halal dipengaruhi oleh berbagai faktor. Pengetahuan pelaku usaha tentang sertifikasi halal masih rendah, dan banyak yang tidak mendapatkan informasi memadai mengenai regulasi yang ada. Lokasi usaha yang strategis juga membuat mereka merasa tidak perlu melakukan sertifikasi, karena mereka percaya hal

			<p>dengan analisis deskriptif</p>	<p>tersebut tidak akan mempengaruhi penjualan. Dari sisi eksternal, biaya pengajuan sertifikasi yang dianggap tinggi menjadi penghambat utama. Sebagian besar pelaku usaha hanya tertarik pada program sertifikasi gratis. Selain itu, prosedur pengajuan yang rumit dan berbelit-belit membuat mereka enggan untuk mengajukan sertifikasi, meskipun ada opsi layanan online. Secara keseluruhan, rendahnya pengetahuan dan pemahaman, ditambah dengan biaya dan kompleksitas prosedur, menjadi hambatan signifikan bagi UMKM dalam melakukan sertifikasi halal. Diperlukan upaya lebih dari pemerintah dan pihak terkait untuk meningkatkan sosialisasi dan kemudahan proses sertifikasi agar lebih banyak pelaku usaha yang terdorong untuk mengajukan sertifikasi halal.</p>
--	--	--	-----------------------------------	---

2.	Muhammad Alfarizi (2023)	Kinerja Berkelanjutan UMKM Kuliner Indonesia dalam Praktik Standar Halal: Investigasi Kapabilitas Internal-Tekanan Eksternal Bisnis	Y: Kinerja Berkelanjutan UMKM Kuliner Indonesia X1: Kapabilitas Internal X2: Tekanan Eksternal Bisnis / Metode Kuantitatif	Hasil pembahasan penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan standar operasional halal pada UMKM kuliner Indonesia dipengaruhi oleh berbagai faktor internal dan eksternal. Komitmen organisasi yang tinggi dari manajemen dan karyawan menjadi kunci keberhasilan dalam menerapkan praktik halal. Upaya untuk meningkatkan efisiensi operasional juga berkontribusi positif terhadap implementasi standar ini, membantu UMKM dalam memenuhi persyaratan dan meningkatkan daya saing. Meskipun regulasi pemerintah diharapkan mendorong penerapan standar halal, dampaknya tidak signifikan, mungkin karena kurangnya pemahaman di kalangan pelaku UMKM. Tekanan konsumen terhadap kehalalan produk juga tidak menunjukkan pengaruh yang kuat, menunjukkan adanya
----	--------------------------	---	--	--

				<p>kesenjangan antara harapan konsumen dan praktik yang diterapkan.</p> <p>Adopsi standar operasional halal terbukti berdampak positif pada kinerja bisnis, meningkatkan kepercayaan konsumen, penjualan, dan profitabilitas. Sertifikasi halal menjadi alat pemasaran yang efektif, meningkatkan citra UMKM di pasar. Oleh karena itu, diperlukan peningkatan pemahaman dan komitmen terhadap standar halal, serta kolaborasi yang lebih baik antara pemerintah dan pelaku UMKM untuk mencapai hasil yang lebih optimal di masa depan.</p>
3.	Siti Widiati dan Lana Izzul Azkia (2023)	Strategi Pengembangan Usaha Dan Peran Sertifikasi Halal Produk Pangan Lokal UMKM Dalam Menunjang Ketahanan Pangan Tingkat Rumah Tangga	Y: Ketahanan Pangan Tingkat Rumah Tangga X1: Strategi Pengembangan Usaha UMKM X2: Peran Sertifikasi Halal / Metode penelitian deskriptif	Hasil pembahasan dari penelitian ini menunjukkan bahwa produk pangan lokal memiliki potensi besar untuk mendukung ketahanan pangan rumah tangga. UMKM Abinisa, yang mengandalkan produk berbahan baku lokal, mengalami tantangan dalam

				<p>akses modal dan persaingan yang ketat. Sertifikasi halal memainkan peran penting dalam meningkatkan kepercayaan konsumen dan memperluas pasar. Analisis SWOT mengidentifikasi kekuatan utama berupa produk yang berbasis pangan lokal dan pemasaran yang luas, sementara kelemahan utama adalah kapasitas produksi yang belum maksimal. Peluang terbesar terletak pada pemasaran produk secara online dan offline, sedangkan ancaman berasal dari persaingan produk lokal lainnya. Dengan strategi pengembangan yang tepat, termasuk peningkatan kualitas dan aksesibilitas produk, UMKM dapat meningkatkan pendapatan dan berkontribusi pada ketahanan pangan masyarakat.</p>
--	--	--	--	---

4.	Bagus Suwoko (2024)	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pelaksanaan Sertifikasi Produk Halal (Studi Pada UMKM di Kelurahan Sumbersari, Kec. Metro Selatan, Kota Metro)	X1: Pengetahuan tentang sertifikasi halal X2: Biaya pengajuan sertifikasi X3: Sosialisasi dan informasi terkait sertifikasi Y: pelaksanaan sertifikasi produk halal pada UMKM di Kelurahan Sumbersari / Metode Kualitatif	<p>Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan beberapa hasil sebagai berikut :</p> <p>Pertama, dari segi pengetahuan, banyak pelaku UMKM yang memiliki pemahaman yang terbatas tentang pentingnya sertifikasi halal. Mereka cenderung menganggap bahwa sertifikasi tersebut hanya diperlukan oleh usaha yang lebih besar dan sudah mapan. Hal ini menyebabkan mereka tidak merasa terdorong untuk mengajukan sertifikasi halal bagi produk mereka.</p> <p>Kedua, masalah biaya juga menjadi kendala yang signifikan. Pelaku UMKM sering kali lebih memprioritaskan penggunaan dana untuk pengembangan usaha sehari-hari, sehingga pengajuan sertifikasi halal dianggap tidak mendesak. Keterbatasan dana ini membuat mereka enggan berinvestasi dalam proses sertifikasi.</p>
----	---------------------	--	--	---

				<p>Ketiga, minimnya sosialisasi dari pemerintah dan lembaga terkait mengenai prosedur dan manfaat sertifikasi halal sangat mempengaruhi keputusan pelaku usaha. Tanpa informasi yang memadai, mereka merasa tidak memiliki panduan yang jelas untuk mengikuti proses sertifikasi.</p> <p>Terakhir, kurangnya umpan balik dari konsumen juga menjadi faktor penting. Ketika konsumen tidak memberikan keluhan atau tidak menunjukkan ketertarikan pada kehalalan produk, pelaku UMKM merasa tidak ada dorongan untuk melanjutkan proses sertifikasi.</p> <p>Secara keseluruhan, ketidakpahaman tentang pentingnya sertifikasi halal, masalah biaya, kurangnya sosialisasi, dan minimnya umpan balik dari konsumen berkontribusi pada rendahnya tingkat pelaksanaan sertifikasi</p>
--	--	--	--	---

				<p>produk halal di kalangan UMKM di Kelurahan Sumbersari. Penelitian ini menekankan perlunya pendekatan yang lebih komprehensif untuk meningkatkan kesadaran dan dukungan bagi pelaku usaha agar mereka lebih proaktif dalam mengurus sertifikasi halal.</p>
5.	<p>Tri Lestari, Andi Yulianto, Syariefful Ikhwan, Akbar NPD Darma Wahana (2024)</p>	<p>Pengaruh Literasi Keuangan, Digital Marketing, dan Sertifikasi Halal terhadap Peningkatan Kinerja UMKM (Studi Kasus pada UMKM Mitra Mandiri Brebes)</p>	<p>X1: literasi keuangan X2: digital marketing X3: sertifikasi halal Y: peningkatan kinerja UMKM / Metode Kuantitatif</p>	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa literasi keuangan, digital marketing, dan sertifikasi halal memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan kinerja Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Mitra Mandiri di Kabupaten Brebes. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan mengumpulkan data melalui kuesioner yang dibagikan kepada 108 pelaku</p>

				<p>UMKM. Pertama, literasi keuangan terbukti berkontribusi signifikan terhadap kinerja UMKM. Pelaku UMKM yang memiliki pemahaman yang baik tentang pengelolaan keuangan dapat membuat keputusan yang lebih tepat, yang pada gilirannya meningkatkan performa usaha mereka. Kedua, digital marketing juga memberikan dampak positif. Meskipun belum semua pelaku UMKM memanfaatkan teknologi digital, mereka yang melakukannya dapat menjangkau lebih banyak konsumen dan meningkatkan penjualan produk. Selain itu, sertifikasi halal ditemukan memiliki peranan penting dalam meningkatkan kepercayaan konsumen, terutama di kalangan konsumen Muslim. Produk yang bersertifikat halal cenderung lebih diminati, yang berkontribusi pada peningkatan penjualan dan kinerja UMKM secara</p>
--	--	--	--	---

				keseluruhan. Secara keseluruhan, kombinasi dari ketiga variabel ini literasi keuangan, digital marketing, dan sertifikasi halal berhasil menjelaskan lebih dari setengah (59,70%) pengaruh terhadap kinerja UMKM Mitra Mandiri. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan dalam ketiga aspek tersebut dapat berkontribusi signifikan terhadap keberhasilan dan pertumbuhan UMKM di wilayah tersebut.
--	--	--	--	--

1. Judul Penelitian **“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Umkm Dalam Melakukan Sertifikasi Halal (Studi Kasus: Warung Nasi Di Sekitar Universitas Siliwangi)”** dan **“Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberlanjutan UMKM Disektor Makanan Halal”** memiliki persamaan dan perbedaan. Persamaan antara kedua penelitian ini terletak pada konteks UMKM di sektor makanan halal, serta penggunaan pendekatan kualitatif untuk analisis. Namun, perbedaannya terletak pada tujuan dan cakupan analisis; penelitian pertama berfokus pada minat terhadap sertifikasi halal, sedangkan penelitian kedua akan membahas faktor-faktor yang mendukung keberlanjutan usaha secara lebih komprehensif. Pada penelitian yang pertama fokus utama terletak pada identifikasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi minat pelaku usaha warung nasi di sekitar Universitas Siliwangi untuk mengajukan sertifikasi halal. Sedangkan pada penelitian yang kedua fokusnya adalah pada berbagai faktor yang memengaruhi keberlangsungan usaha, termasuk

aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan, serta bagaimana faktor-faktor ini berinteraksi untuk menciptakan keberlanjutan jangka panjang.

2. Judul penelitian **“Kinerja Berkelanjutan UMKM Kuliner Indonesia dalam Praktik Standar Halal: Investigasi Kapabilitas Internal-Tekanan Eksternal Bisnis”** dan **“Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberlanjutan UMKM Disektor Makanan Halal”** memiliki persamaan dan perbedaan. Persamaannya terletak pada perhatian terhadap standar halal dan dampaknya terhadap kinerja UMKM, serta pendekatan untuk memahami keterkaitan antara faktor internal dan eksternal dalam konteks bisnis halal, kedua penelitian juga memiliki fokus yang serupa pada keberlanjutan UMKM di sektor makanan halal. Keduanya mengeksplorasi bagaimana berbagai faktor mempengaruhi kinerja dan keberlanjutan bisnis. Keduanya juga menggunakan metode kuantitatif dan survei untuk mengumpulkan data dari pelaku UMKM. Namun, perbedaannya terlihat pada fokus penelitian. Penelitian pertama lebih menekankan pada analisis tekanan eksternal seperti regulasi pemerintah dan persaingan industri, sedangkan penelitian kedua berusaha untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang lebih luas yang mempengaruhi keberlanjutan, tanpa membatasi pada aspek tertentu. Selain itu, penelitian pertama lebih spesifik pada UMKM kuliner, sementara penelitian kedua dapat mencakup berbagai jenis UMKM dalam sektor makanan halal.
3. Judul penelitian **“Strategi Pengembangan Usaha Dan Peran Sertifikasi Halal Produk Pangan Lokal UMKM Dalam Menunjang Ketahanan Pangan Tingkat Rumah Tangga”** dan **“Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberlanjutan UMKM Disektor Makanan Halal”** memiliki persamaan dan perbedaan. Keduanya fokus pada sektor UMKM dan makanan halal, menyoroti pentingnya sertifikasi halal dalam meningkatkan kepercayaan konsumen dan mendukung ekonomi lokal. Namun, perbedaannya terletak pada tujuan dan pendekatan yang diambil. Penelitian pertama lebih berfokus pada strategi pengembangan usaha dan dampak sertifikasi halal terhadap ketahanan pangan rumah tangga,

sedangkan penelitian kedua lebih menekankan pada analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keberlanjutan UMKM dalam jangka panjang.

4. Judul penelitian **“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pelaksanaan Sertifikasi Produk Halal (Studi Pada UMKM di Kelurahan Sumpersari, Kec. Metro Selatan, Kota Metro)”** dan **“Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberlanjutan UMKM Disektor Makanan Halal”** memiliki persamaan dan perbedaan. Kedua penelitian sama-sama membahas tema halal, yang menunjukkan peran penting sektor ini dalam perekonomian. Tujuan dari masing-masing penelitian adalah untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi aspek tertentu dari UMKM, meskipun fokusnya berbeda. Penelitian pertama lebih menekankan pada pelaksanaan sertifikasi produk halal. Ini berarti peneliti ingin tahu apa saja yang memengaruhi UMKM dalam mendapatkan dan menerapkan sertifikasi tersebut. Sementara itu, penelitian kedua lebih mengarah pada faktor-faktor yang mempengaruhi keberlanjutan UMKM di sektor makanan halal. Ini mencakup hal-hal yang lebih luas, seperti aspek finansial, sosial, dan lingkungan yang mendukung kelangsungan usaha.
5. Judul penelitian **“Pengaruh Literasi Keuangan, Digital Marketing, dan Sertifikasi Halal terhadap Peningkatan Kinerja UMKM (Studi Kasus pada UMKM Mitra Mandiri Brebes)”** dan **“Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberlanjutan UMKM Disektor Makanan Halal”** memiliki persamaan dan perbedaan. Kedua penelitian memiliki fokus yang berkaitan dengan UMKM, terutama yang bergerak di sektor makanan halal. Keduanya meneliti faktor-faktor yang dapat memengaruhi kinerja dan keberlanjutan UMKM, tetapi dengan pendekatan yang berbeda. Penelitian pertama lebih menekankan pada pengaruh literasi keuangan, digital marketing, dan sertifikasi halal terhadap kinerja UMKM, menggunakan pendekatan kuantitatif dengan studi kasus spesifik pada UMKM Mitra Mandiri di Brebes. Sementara itu, penelitian yang akan dibuat berfokus pada analisis berbagai faktor yang berkontribusi terhadap keberlanjutan UMKM, tidak terbatas pada kinerja saja, dan mungkin

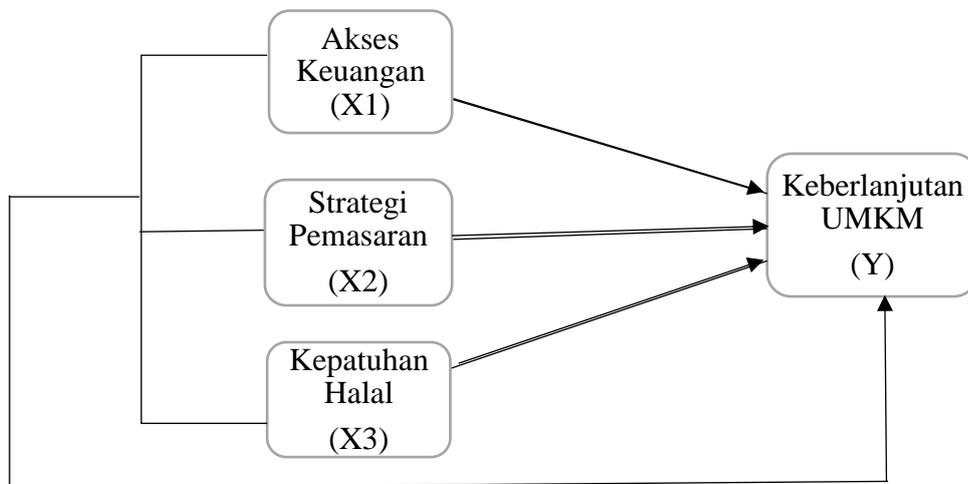
mencakup aspek-aspek seperti lingkungan, sosial, dan ekonomi secara lebih luas. Perbedaan lainnya terletak pada metodologi; penelitian pertama menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif, sedangkan penelitian kedua dapat mengadopsi pendekatan yang lebih holistik, yang mungkin mencakup kualitatif untuk memahami faktor-faktor keberlanjutan secara mendalam.

Penelitian ini memiliki beberapa kesamaan dan perbedaan mendasar dengan studi-studi sebelumnya mengenai UMKM di sektor makanan halal. Secara substantif, persamaan utama terletak pada objek penelitian yang sama-sama berfokus pada UMKM makanan halal, dengan beberapa variabel kunci yang kerap muncul seperti tingkat pengetahuan tentang sertifikasi halal, aspek biaya, peran dukungan pemerintah, serta pengaruh preferensi konsumen. Dari segi metodologi, penelitian-penelitian terdahulu tersebut umumnya menggunakan pendekatan kualitatif maupun kuantitatif dengan tujuan memberikan rekomendasi kebijakan untuk meningkatkan adopsi sertifikasi halal.

Namun demikian, penelitian ini memiliki titik beda yang signifikan dalam hal cakupan kajian. Jika penelitian terdahulu seperti Rahmanita et al. (2023) dan Suwoko (2024) lebih berfokus pada faktor-faktor determinan minat sertifikasi, atau Alfarizi (2023) dan Lestari et al. (2024) yang mengkaji dampak terhadap kinerja bisnis, maka penelitian ini secara khusus mengembangkan konsep keberlanjutan (sustainability) UMKM halal dalam perspektif yang lebih komprehensif. Konsep keberlanjutan dalam penelitian ini tidak hanya mencakup aspek ekonomi, tetapi juga dimensi sosial dan lingkungan dalam kerangka jangka panjang. Dengan demikian, penelitian ini berupaya mengisi celah akademik melalui pendekatan holistik yang mengintegrasikan faktor internal seperti kapasitas inovasi dan manajemen usaha dengan faktor eksternal meliputi regulasi dan dinamika pasar, untuk menganalisis ketahanan dan prospek pengembangan UMKM halal di masa depan.

C. Kerangka Pemikiran

Upaya memahami keberlanjutan UMKM di sektor makanan halal, penting untuk mengidentifikasi dan menganalisis berbagai faktor yang mempengaruhinya. Keberlanjutan UMKM tidak hanya bergantung pada aspek internal, seperti manajemen dan inovasi, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor eksternal, termasuk regulasi pemerintah dan dinamika pasar. Kerangka pemikiran ini bertujuan untuk menggambarkan hubungan antara faktor-faktor tersebut dan bagaimana mereka berkontribusi dalam mencapai keberlanjutan. Dengan mempertimbangkan baik faktor internal maupun eksternal, penelitian ini akan memberikan wawasan yang lebih komprehensif mengenai tantangan dan peluang yang dihadapi oleh UMKM di sektor makanan halal. Berdasarkan dari uraian dari latar belakang masalah yang telah dijelaskan, maka kerangka pemikiran yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran

1. Pengaruh Akses Keuangan terhadap Keberlanjutan UMKM Sektor Halal

Akses keuangan merupakan faktor krusial yang memengaruhi keberlanjutan UMKM di sektor makanan halal. Teori Financial Inclusion (Annur & Ahmadi, 2025) menjelaskan bahwa inklusi keuangan yang baik memungkinkan UMKM memperoleh modal kerja, berinvestasi dalam sertifikasi halal, serta meningkatkan kapasitas produksi dan kualitas produk. Penelitian (Supriadi et al., 2023) dalam

International Journal of Islamic Finance mengonfirmasi bahwa UMKM dengan akses pembiayaan formal memiliki ketahanan usaha 30% lebih tinggi dibandingkan yang tidak memperoleh akses, terutama dalam menghadapi tantangan ekonomi. Dalam konteks spesifik industri halal, mengungkapkan bahwa pembiayaan syariah melalui skema bagi hasil (mudharabah/musyarakah) secara signifikan mendorong adopsi sertifikasi halal karena lebih sesuai dengan karakteristik usaha kecil. Namun, UMKM makanan halal masih menghadapi kendala dalam memenuhi biaya audit halal dan pengadaan bahan baku bersertifikat, yang dapat menghambat keberlanjutan usaha. Oleh karena itu, peningkatan akses terhadap pembiayaan syariah dan program pendampingan keuangan menjadi solusi strategis untuk memperkuat daya saing dan ketahanan UMKM makanan halal dalam jangka panjang. Penelitian ini akan mengembangkan temuan sebelumnya dengan menganalisis dampak akses keuangan terhadap indikator keberlanjutan yang lebih komprehensif, mencakup aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan.

2. Pengaruh Strategi Pemasaran terhadap Keberlanjutan UMKM Sektor Halal

Strategi pemasaran yang efektif, khususnya berbasis digital dan halal, berperan penting dalam mendorong keberlanjutan UMKM di sektor makanan halal. Teori *Digital Marketing Capability* (Kamil & Rilo, 2024) menjelaskan bahwa kemampuan memanfaatkan media sosial dan *platform e-commerce* secara optimal dapat memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penetrasi produk. Penelitian (Rizkaprilisa et al., 2024) dalam *Journal of Digital Marketing and Halal Industry* membuktikan bahwa UMKM makanan halal yang aktif dalam pemasaran digital mengalami pertumbuhan omset hingga 25% lebih tinggi dibandingkan yang masih mengandalkan pemasaran konvensional. Lebih lanjut, penerapan konsep *Halal Brand Equity* menunjukkan bahwa komunikasi yang efektif mengenai sertifikasi halal melalui strategi branding mampu membangun loyalitas konsumen muslim global. Pada artikel yang disebutkan oleh (Yozami, 2019) memperkuat hal ini dengan menunjukkan bahwa 68% konsumen muslim lebih memilih produk dengan logo halal yang terverifikasi, yang sekaligus menjadi nilai tambah kompetitif bagi UMKM. Dengan demikian, integrasi antara strategi pemasaran digital dan

penonjolan nilai-nilai halal tidak hanya meningkatkan penjualan jangka pendek, tetapi juga menciptakan basis pelanggan yang loyal dan berkelanjutan. Penelitian ini akan mengkaji lebih dalam bagaimana optimalisasi strategi pemasaran digital berbasis halal dapat berkontribusi pada aspek keberlanjutan UMKM yang lebih holistik, termasuk dalam menghadapi tantangan persaingan pasar yang semakin dinamis.

3. Pengaruh Kepatuhan Halal terhadap Keberlanjutan UMKM Sektor Halal

Kepatuhan terhadap standar halal telah berkembang menjadi faktor strategis yang signifikan dalam mendukung keberlanjutan UMKM di sektor makanan halal. Berdasarkan teori *Halal Supply Chain* (Rohaeni & Sutawijaya, 2020), implementasi sistem rantai pasok halal yang terintegrasi tidak hanya menjamin kepatuhan syariah tetapi juga membangun kepercayaan konsumen yang berkelanjutan. Data Thomson Reuters (2018) mengindikasikan pertumbuhan pasar makanan halal global sebesar 6.1% per tahun, menciptakan peluang ekspansi yang signifikan bagi UMKM yang konsisten dalam penerapan standar halal. Penelitian (Syamsuri et al., 2023) dalam Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam mengungkapkan bahwa UMKM dengan sertifikasi halal memiliki ketahanan bisnis yang lebih baik, dengan risiko kegagalan usaha 40% lebih rendah dibandingkan UMKM non-halal, terutama karena stabilitas permintaan dari konsumen muslim yang terus meningkat. Lebih jauh, konsep Green Halal menghubungkan praktik halal dengan prinsip keberlanjutan lingkungan, di mana penerapan proses produksi halal yang ramah lingkungan tidak hanya memenuhi kebutuhan spiritual konsumen tetapi juga berkontribusi pada ketahanan bisnis jangka panjang. Temuan-temuan ini menunjukkan bahwa kepatuhan halal memberikan manfaat ganda bagi UMKM: (1) sebagai diferensiasi produk di pasar global yang terus berkembang, dan (2) sebagai fondasi untuk membangun bisnis yang berkelanjutan secara ekonomi dan lingkungan. Dalam konteks ini, sertifikasi halal tidak lagi sekadar kewajiban agama, tetapi telah bertransformasi menjadi strategi bisnis yang komprehensif untuk menghadapi dinamika pasar modern. Penelitian ini akan menganalisis lebih mendalam bagaimana dimensi-dimensi kepatuhan halal dapat dioptimalkan untuk mendukung keberlanjutan UMKM yang lebih holistik dan berdaya saing global.

4. Pengaruh Simultan Akses Keuangan, Strategi Pemasaran, dan Kepatuhan Halal terhadap Keberlanjutan UMKM

Secara simultan, akses keuangan (X1), strategi pemasaran (X2), dan kepatuhan halal (X3) membentuk suatu ekosistem terpadu yang secara signifikan mendorong keberlanjutan UMKM di sektor makanan halal (Y). Berdasarkan pendekatan sistemik, ketiga faktor ini saling berinteraksi dan memperkuat satu sama lain dalam menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Akses keuangan yang memadai memungkinkan UMKM untuk mengimplementasikan strategi pemasaran digital yang lebih efektif sekaligus memenuhi persyaratan sertifikasi halal yang ketat. Sebaliknya, strategi pemasaran yang baik akan meningkatkan return on investment dari dana yang diinvestasikan dalam sertifikasi halal, sementara kepatuhan halal yang terverifikasi memperkuat brand equity dan loyalitas konsumen, yang pada akhirnya meningkatkan kinerja pemasaran. Penelitian (Suhandi, 2023) menunjukkan bahwa kombinasi optimal ketiga variabel ini mampu menjelaskan 65,7% variasi dalam keberlanjutan UMKM halal, dengan pola interaksi yang bersifat sirkular dan saling menguatkan. Dalam konteks ekosistem halal yang berkembang pesat, sinergi antara pembiayaan syariah, pemasaran digital berbasis nilai-nilai halal, dan kepatuhan terhadap standar syariah telah terbukti menciptakan model bisnis yang lebih tangguh dan berkelanjutan, khususnya dalam menghadapi dinamika pasar global yang semakin kompetitif. Temuan ini menggarisbawahi pentingnya pendekatan holistik dalam pengembangan UMKM halal, di mana intervensi kebijakan dan program pendampingan harus secara simultan menyentuh aspek pembiayaan, pemasaran, dan kepatuhan halal untuk mencapai dampak keberlanjutan yang optimal.

D. Hipotesis

Hipotesis adalah suatu pernyataan atau dugaan sementara yang dibuat berdasarkan teori atau fenomena yang ingin diuji dalam suatu penelitian. Hipotesis berfungsi untuk memberikan arah penelitian, sehingga peneliti dapat mengumpulkan data untuk menguji apakah pernyataan atau dugaan tersebut benar atau salah. (Sugiyono 2009) mengartikan hipotesis sebagai jawaban sementara

terhadap rumusan masalah penelitian yang telah dinyatakan dalam bentuk pertanyaan. Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

1. Akses Keuangan Tidak Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Keberlanjutan UMKM Disektor Makanan Halal di Kecamatan Medan Timur.
2. Strategi Pemasaran Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Keberlanjutan UMKM Disektor Makanan Halal di Kecamatan Medan Timur.
3. Kepatuhan Halal Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Keberlanjutan UMKM Disektor Makanan Halal di Kecamatan Medan Timur.
4. Strategi Pemasaran dan Kepatuhan Halal Secara Simultan Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Keberlanjutan UMKM Disektor Makanan Halal di Kecamatan Medan Timur.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang merupakan metode yang berfokus pada pengumpulan dan analisis data numerik untuk menguji hipotesis serta mengidentifikasi pola dan hubungan antar variabel. Metode ini digunakan dalam berbagai disiplin ilmu, seperti ilmu sosial, ekonomi, kesehatan, dan sains, karena kemampuannya untuk menyediakan data yang dapat diukur secara statistik dan hasil yang dapat digeneralisasi. Pendekatan ini mengandalkan pada filsafat positivisme, yang menekankan pada pengukuran dan observasi objektif (Sugiyono, 2021). Karakteristik utama dari pendekatan kuantitatif mencakup penggunaan instrumen penelitian yang terstruktur, seperti kuesioner atau survei. Data yang dikumpulkan biasanya berupa angka atau skor, yang kemudian dianalisis menggunakan teknik statistik untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya (Ansori, 2020). Proses ini memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi hubungan kausal atau korelasi antar variabel serta membuat prediksi berdasarkan data yang diperoleh. Variabel yang akan diteliti ada 4, yaitu variabel bebas (X) yaitu akses keuangan (X_1), strategi pemasaran (X_2) dan kepatuhan halal (X_3) sedangkan variabel terikat (Y) yaitu keberlanjutan UMKM.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kota Medan khususnya di wilayah Kecamatan Medan Timur, dengan fokus pelaku UMKM yang bergerak disektor makanan halal. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada tingginya jumlah UMKM di daerah tersebut yang membutuhkan penguatan tentang akses keuangan, strategi pemasaran dan kepatuhan halal untuk mendukung keberlanjutan usahanya.

2. Waktu Penelitian

Waktu penelitian di jadwalkan selama 5 bulan, dimulai dari bulan Desember 2024 s/d April 2025 yang mencakup tahap pengumpulan data melalui survei,

pengolahan data, hingga penyusunan laporan hasil penelitian. Dengan waktu penelitian yang dijelaskan pada tabel sebagai berikut:

Tabel 3. 1 Tabel Waktu Penelitian

No	Kegiatan	Desember 2024				Januari 2025				Februari 2025				Maret 2025				April 2025			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1.	Pengajuan Judul	■	■																		
2.	Penyusunan Proposal			■	■	■	■														
3.	Bimbingan Proposal					■	■	■	■												
4.	Seminar Proposal									■	■	■	■								
5.	Pengumpulan Data													■	■	■	■				
6.	Bimbingan Skripsi/Jurnal																	■	■	■	■
7.	Sidang Meja Hijau																				■

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi dapat diartikan sebagai sekumpulan individu atau objek yang memiliki karakteristik tertentu dan menjadi fokus dalam suatu penelitian. (Sugiyono, 2021) menjelaskan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek dengan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 725 pelaku UMKM (Dinas Koperasi UMKM, 2024) yang berada di wilayah Kecamatan Medan Timur.

2. Sampel

Sampel dapat diartikan sebagai bagian dari populasi yang dipilih untuk mewakili keseluruhan karakteristik populasi dalam suatu penelitian, pemilihan sampel yang tepat sangat penting untuk memastikan validitas dan keakuratan hasil penelitian. Menurut (Sugiyono, 2021) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh suatu populasi. Pengambilan sampel dilakukan karena jumlah objek penelitian yang besar, sehingga tidak mungkin untuk meneliti seluruh populasi secara langsung. Pengambilan sampel dilakukan karena peneliti menemui banyak keterbatasan dalam melakukan penelitian dari segi waktu, tenaga, dana dan jumlah populasi yang sangat besar. Untuk menentukan besarnya sampel yang diambil dari populasi, peneliti menggunakan rumus yang dikemukakan oleh Slovin dalam Mustafa (2011:90) dengan nilai $e = 10\%$ adalah sebagai berikut:

Rumus :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$
$$n = \frac{725}{1 + 725 (0,10)^2}$$
$$n = \frac{725}{1 + 725(0,01)}$$
$$n = \frac{725}{8,25}$$
$$n = 87,878$$

Keterangan :

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = *Margin of Error* 10%

Hasil dari perhitungan rumus yang telah didapatkan adalah 87,878 maka dibulatkan menjadi 88 responden/pelaku UMKM.

D. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel

1. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah konsep penting dalam metodologi penelitian yang merujuk pada atribut, sifat, atau karakteristik dari individu, objek, atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu dan ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari. Menurut (Sugiyono, 2021), variabel penelitian dapat didefinisikan sebagai segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi dan kesimpulan tentang hal tersebut. Dalam penelitian ini terdapat 2 variabel yaitu:

1. Variabel Independen

Variabel independen adalah variabel yang diatur atau dimanipulasi oleh peneliti dalam rangka menguji pengaruhnya terhadap variabel dependen. Menurut Sugiyono (2016), variabel independen merupakan variabel yang dapat diatur untuk mengetahui pengaruhnya terhadap variabel dependen. Dalam penelitian, variabel ini harus didefinisikan dengan jelas dan spesifik agar dapat diukur atau diamati dengan tepat. Variabel independen dalam penelitian ini adalah akses keuangan, strategi pemasaran dan kepatuhan halal.

2. Variabel Dependen

Variabel dependen adalah variabel yang diukur dalam penelitian untuk menentukan pengaruh dari variabel independen. Menurut Sugiyono (2019), variabel dependen sering disebut sebagai variabel output, kriteria, atau konsekuen. Dalam konteks penelitian, variabel ini dianggap "bergantung" pada variabel independen, yang berarti bahwa perubahan pada variabel independen akan mempengaruhi nilai dari variabel dependen. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah keberlanjutan UMKM.

2. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel bertujuan untuk melihat sejauh mana variabel dari suatu faktor berkaitan dengan faktor lainnya (Usman & Akbar, 2020). Dari penelitian ini diambil definisi operasionalnya adalah sebagai berikut :

1. Variabel Bebas Akses Keuangan (X_1)

Akses keuangan merupakan salah satu faktor kunci yang mempengaruhi perkembangan UMKM halal di Indonesia, dalam penelitian ini akses keuangan merujuk pada pelaku UMKM dalam memahami dan mengetahui seberapa pentingnya tingkat literasi keuangan pelaku UMKM, ketersediaan produk pembiayaan syariah, persentase pinjaman yang diberikan kepada UMKM halal, dan jumlah lembaga keuangan yang menyediakan pembiayaan.

2. Variabel Bebas Strategi Pemasaran (X_2)

Strategi pemasaran dalam penelitian ini didefinisikan sebagai bagian integral dari keberhasilan suatu usaha termasuk UMKM halal, dalam konteks ini strategi pemasaran tidak hanya berfungsi untuk meningkatkan penjualan, tetapi juga untuk membangun kepercayaan dan loyalitas konsumen, terutama dikalangan pelanggan muslim yang semakin sadar akan pentingnya produk halal. Dalam penelitian ini strategi pemasaran merujuk pada pelaku UMKM dalam mengetahui prinsip dasar dalam strategi pemasaran 4P seperti product (produk), place (tempat), promotion (promosi), dan price (harga).

3. Variabel Bebas Kepatuhan Halal (X_3)

Kepatuhan halal merupakan konsep yang sangat penting dalam konteks konsumsi dan produksi dikalangan umat muslim. Dalam islam, kepatuhan terhadap prinsip halal tidak hanya berkaitan dengan makanan dan minuman, tetapi juga mencakup berbagai aspek kehidupan lainnya, termasuk kosmetik, farmasi, dan layanan keuangan, oleh karena itu pemahaman tentang kepatuhan halal menjadi krusial bagi pelaku UMKM yang ingin memasuki pasar halal. Dalam penelitian ini kepatuhan halal merujuk pada pelaku UMKM untuk mengetahui seberapa pentingnya kepatuhan halal mencakup sertifikasi halal, kepatuhan terhadap proses produksi, transparansi informasi, penerapan sistem jaminan produk halal, dan kepatuhan hukum.

4. Variabel Terikat Keberlanjutan UMKM (Y)

Keberlanjutan UMKM dalam penelitian ini didefinisikan sebagai kemampuan UMKM untuk terus beroperasi, tumbuh dan beradaptasi dengan perubahan lingkungan bisnis, dalam penelitian ini keberlanjutan UMKM mencakup inovasi produk, sertifikasi halal, penggunaan teknologi digital dan akses pasar.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah metode yang digunakan dalam penelitian untuk mengumpulkan informasi yang diperlukan guna menjawab pertanyaan penelitian (Ansori, 2020).

1. Kuesioner

Kuesioner adalah alat pengumpulan data yang terdiri dari serangkaian pertanyaan tertulis yang disusun secara sistematis untuk memperoleh informasi dari responden. Kuesioner sering digunakan dalam penelitian untuk mengumpulkan data baik yang bersifat kuantitatif maupun kualitatif (Sugiyono, 2021).

2. Observasi

Observasi adalah metode pengumpulan data yang melibatkan pengamatan langsung terhadap objek atau fenomena untuk mendapatkan informasi yang akurat dan relevan. Menurut (Sugiyono, 2021) Observasi adalah teknik melihat dan mengamati perubahan fenomena sosial yang berlangsung dan berkembang. Selain itu, perubahan dapat dilakukan berdasarkan evaluasi.

3. Studi Pustaka

Studi pustaka adalah metode pengumpulan data yang melibatkan penelaahan literatur atau referensi yang relevan dengan topik penelitian. Menurut (Sugiyono, 2021) studi pustaka adalah kegiatan mempelajari berbagai buku referensi serta hasil penelitian sebelumnya yang sejenis, berguna untuk mendapatkan landasan teori mengenai masalah yang akan diteliti.

F. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam suatu penelitian. menyatakan bahwa instrumen penelitian adalah alat bantu yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data, sehingga penelitian menjadi lebih sistematis dan mudah. Didalam penelitian ini instrument penelitian yang digunakan adalah kuesioner yang menggunakan skala likert. (Sugiyono, 2014) menyatakan bahwa skala likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau

sekelompok orang tentang fenomena sosial. Responden diminta untuk memberikan jawaban berdasarkan tingkat setuju atau tidak setuju terhadap pernyataan yang diajukan.

Tabel 3. 2 Skala Likert

Keterangan	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: (Sugiyono, 2021)

Tabel 3. 3 Indikator Penelitian

Variabel	Indikator	pernyataan
Akses Keuangan (X_1)	1. Tingkat literasi keuangan pelaku UMKM.	3, 2, 1
	2. Ketersediaan produk pembiayaan syariah.	3, 4, 2,1
	3. Persentase pinjaman yang diberikan kepada UMKM halal.	2, 1, 3,5
	4. Jumlah lembaga keuangan yang menyediakan pembiayaan.	3, 4, 2,1
Strategi Pemasaran (X_2)	1. Product (produk).	2, 3,4
	2. Price (harga).	4, 5,2,1
	3. Place (tempat).	3, 4,2,1
		2, 1,3,4

	4. Promotion (promosi).	
Kepatuhan Halal (X ₃)	1. Sertifikasi halal.	3, 2,5
	2. Kepatuhan terhadap proses produksi.	4,3,5
	3. Transparansi informasi.	2, 3,1
	4. Penerapan sistem jaminan produk halal.	3, 2,1
	5. Kepatuhan hukum.	2, 3,5
Keberlanjutan UMKM (Y)	1. Inovasi produk	4, 5,3
	2. Sertifikasi halal	3, 2,4,5
	3. Penggunaan teknologi digital	4, 5,3,2
	4. Akses pasar	3, 4,2,1

G. Uji Persyarat

Uji persyarat yang digunakan adalah:

1. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah metode yang digunakan untuk menentukan apakah data dalam suatu penelitian berdistribusi normal atau tidak. (Sugiyono, 2021) mengemukakan bahwa uji normalitas digunakan untuk mengkaji kenormalan variabel yang diteliti, apakah data tersebut berdistribusi normal atau tidak. Hal ini penting karena pengujian hipotesis tidak dapat dilakukan dengan statistik parametrik jika data tidak normal. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai residual yang terdistribusi normal. Jadi uji normalitas bukan dilakukan pada masing-masing variabel tetapi pada nilai residualnya. Sering terjadi kesalahan yang jamak yaitu bahwa uji normalitas dilakukan pada masing-masing variabel. Hal ini tidak dilarang tetapi model regresi memerlukan normalitas pada nilai residualnya bukan pada masing-masing variabel penelitian. Namun pada penelitian ini

hanya menggunakan uji kolmogorov smirnov untuk melihat data residualnya berdistribusi secara normal atau tidak.

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah metode yang digunakan untuk mendeteksi adanya hubungan linier yang tinggi antara variabel independen dalam model regresi. Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat korelasi yang tinggi atau sempurna antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak memiliki korelasi di antara variabel independen (Ghozali, 2021). Cara mendeteksi adanya multikolinearitas dengan melihat nilai toleransi (T) dan *Variance Inflation Factor* (VIF) ketentuannya adalah sebagai berikut :

- 1) Jika toleransi $< 0,1$ dan $VIF > 10$: maka terjadi multikolinearitas.
- 2) Jika toleransi $> 0,1$ dan $VIF > 10$: maka tidak terjadi multikolinearitas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah metode yang digunakan dalam analisis regresi untuk menguji apakah varians dari residual atau kesalahan pengukuran dari model regresi adalah konstan (homoskedastisitas) atau tidak konstan (heteroskedastisitas). Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Jika varians residual tetap, maka disebut homoskedastisitas; jika berbeda, maka disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas (Sugiyono, 2021). Deteksi heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan metode scatter P-plot dengan memplotkan nilai ZPRED (nilai prediksi) dengan SRESID (nilai residualnya).

H. Teknik Analisis Data

Menurut (Usman, 2020) bahwa teknik analisis data merupakan suatu proses mengolah data menjadi informasi baru. Proses ini bertujuan agar karakteristik data menjadi lebih mudah dimengerti dan berguna sebagai solusi bagi permasalahan yang berkaitan dengan penelitian. Adapun alat yang digunakan

untuk menganalisis data dalam penelitian ini adalah SPSS Versi 25. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Uji Hipotesis

Uji hipotesis adalah prosedur untuk menentukan apakah suatu dugaan atau pernyataan tentang populasi dapat diterima atau ditolak berdasarkan data yang diperoleh dari sampel. Uji ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat dalam penelitian (Sugiyono, 2021). Uji hipotesis dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan cara sebagai berikut:

a. Uji t (Uji Parsial)

Uji t atau uji parsial adalah uji yang digunakan untuk mengetahui apakah secara parsial variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Uji ini penting untuk menentukan kontribusi masing-masing variabel independen dalam model regresi (Sugiyono, 2021). Uji t pada dasarnya digunakan untuk mengetahui besarnya masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Jika nilai signifikan yang dihasilkan pada uji $t > 0,05$ berarti secara parsial variabel independent berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Adapun cara untuk menguji signifikan uji t adalah dengan membandingkan t hitung dengan t tabel. Jika t hitung $> t$ tabel, maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Dalam hal ini digunakan hipotesis sebagai berikut:

$H_0 : \beta_1 = 0$ (tidak signifikan)

$H_0 : \beta_1 \neq 0$ (signifikan)

Kriteria pengambilan keputusan :

Jika nilai t hitung $> t$ tabel, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Jika nilai t hitung $< t$ tabel, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

b. Uji F

(Ghozali, 2021) menjelaskan bahwa uji F bertujuan untuk menguji kelayakan model regresi dengan cara menentukan apakah semua variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel

dependen. Jika nilai signifikansi $F < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang berarti ada pengaruh signifikan.

$H_0 : \beta_1 = 0$ (tidak ada pengaruh)

$H_0 : \beta_1 \neq 0$ (ada pengaruh)

Kriteria pengambilan keputusan :

Jika nilai F hitung $< F$ tabel, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Jika nilai F hitung $> F$ tabel, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

2. Uji *R-Square* (Koefisien Determinasi)

Uji *R-Square* atau koefisien determinasi, adalah metode yang digunakan untuk mengukur seberapa baik variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen dalam analisis regresi. (Ghozali, 2021) menyatakan bahwa *R-Square* adalah nilai yang menunjukkan seberapa besar proporsi variasi dari variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen. Nilai *R-Square* berkisar antara 0 hingga 1, di mana semakin mendekati 1 menunjukkan bahwa model regresi memiliki kemampuan yang baik dalam menjelaskan variabel dependen.

3. Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda merupakan studi mengenai ketergantungan variabel dependen dengan salah satu atau lebih variabel independen, dengan tujuan untuk mengestimasi rata-rata populasi atau nilai rata-rata variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen yang diketahui. Hasil dari analisis regresi berupa koefisien untuk masing-masing variabel independen (Sugiyono, 2021). Rumus regresi, linear berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3$$

Keterangan :

Y = keberlanjutan UMKM

X_1 = akses keuangan

X_2 = strategi pemasaran

X_3 = kepatuhan halal

a = konstanta

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Lokasi Penelitian

1. Sejarah dan Geografi Kecamatan Medan Timur

Pada Tahun 1992 sesuai dengan PP nomor 35 Tahun 1992 tentang Pembentukan 18 (Delapan Belas) Kecamatan di wilayah Kabupaten Daerah Tingkat II Simalungun, Dairi, Tapanuli Selatan, Karo, Tapanuli Tengah, Nias, Langkat dan Wilayah Kotamadya Daerah Tingkat II Medan dalam wilayah Provinsi Daerah Tk. I Sumatera Utara, Kecamatan Medan Timur dimekarkan menjadi 2 (dua) yaitu Kecamatan Medan Timur dengan 11 (sebelas) kelurahan dan Kecamatan Medan Perjuangan dengan 9 (Sembilan) kelurahan.

Kecamatan Medan Timur merupakan salah satu kecamatan dari 21 (dua puluh satu) kecamatan di Kota Medan, yang terbentuk sesuai dengan UU Darurat Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1956 tentang pembentukan daerah otonom kota-kota besar, dalam lingkungan daerah Provinsi Sumatera Utara. Kecamatan Medan Timur merupakan salah satu Kawasan inti perkotaan dengan luas wilayah 7,82 Km² yang memiliki batas wilayah sebagai berikut:

- a. Sebelah Utara, berbatasan dengan Kecamatan Medan Deli;
- b. Sebelah Selatan, berbatasan dengan Kecamatan Medan Kota;
- c. Sebelah Timur, berbatasan dengan Kecamatan Medan Tembung dan Kecamatan Medan Perjuangan;
- d. Sebelah Barat, berbatasan dengan Kecamatan Medan Barat.

Dengan pusat pemerintahan yang terletak di jalan H. M. Said No. 1 Kelurahan Gaharu dengan luas areal 1.400 m² ada Kecamatan Medan Timur teradata kelurahan terluas dan kelurahan terkecil yaitu Kelurahan Pulo Brayan Bengkel Baru sebagai kelurahan terluas dengan luas wilayah 1,17 km² dan Kelurahan Gang Buntu sebagai kelurahan terkecil dengan luas wilayah 0.04 km². Rincian luas masing-masing kelurahan yang terdapat di Kecamatan Medan Timur dapat dilihat pada peta dan tabel berikut ini:



Gambar 4. 1 Peta Kecamatan Medan Timur

Tabel 4. 1 Rincian Luas Kelurahan Kecamatan Medan Timur

No	Kelurahan	Luas Km	Jumlah Lingkungan	Nama Lurah
1.	Gang Buntu	0,04	11	Asri Muslim, S.H
2.	Sidodadi	0,46	11	Hendra Kurniawan, S.T
3.	Durian	0,49	12	Harun Al Rasyid, S.E. M.AP
4.	Gaharu	0,52	12	Muhammad Fauzi Pulungan, S.E. M.AP
5.	Glugur Darat I	0,60	13	Sinhiya Ardita Pratiwi. S.SSTP.M.AP
6.	Glugur Darat II	0,76	12	Riky Irawan Nasution, S.Sos
7.	PB. Darat I	0,80	14	Muhfarlina, S.STP. M.AP
8.	PB. Darat II	0,75	15	Nurdamayanti Siregar, SE.M.AP
9.	PB. Bengkel	0,82	11	Saut Manuntun Sitorus, S. ST
10.	PB. Bengkel Baru	1,17	12	Efendi Gurusinga, S.E

11.	Perintis	1,06	5	Siti Arnisah, S.E
Jumlah		7,83	128	

2. Visi dan Misi

a. Visi

Pelayanan dan pemberdayaan masyarakat yang profesional, akuntabel dan transparan di Kecamatan Medan Timur.

b. Misi

1. Peningkatan kualitas pelayanan kepada masyarakat;
2. Peningkatan partisipatif masyarakat dalam mensukseskan program-program pembangunan dan ditetapkan;
3. Menciptakan pemerintah yang bersih, efektif dan efisien dengan terwujudnya misi Kecamatan Medan Timur juga telah mendukung kemajuan dan kemakmuran Medan Kota Metropolitan dengan motto **“Medan Rumah Kita”**.

B. Deskripsi Karakteristik Responden

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Umur adalah usia Ketika seseorang masih mampu bekerja dan menghasilkan sesuatu. Umur dalam penelitian ini adalah umur responden yang mendirikan UMKM pada saat dilakukan penelitian diukur dalam satuan tahun dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Umur

No	Umur	Jumlah	Persentase
1.	20 – 40 Tahun	65	70%
2.	41 – 50 Tahun	20	25%
3.	>51 Tahun	3	5%
Jumlah		88	100%

Sumber: Data Primer, 2025

Dari tabel diketahui bahwa karakteristik umur Pengusaha UMKM, pada kelompok usia 20 - 40 berjumlah 65 orang atau sebesar 70 %, dan pada kelompok usia 41 - 50 berjumlah 20 orang atau sebesar 25 % sedangkan umur

pengusaha UMKM pada kelompok usia > 51 berjumlah 3 orang atau sebesar 5 %. Hal ini menunjukkan bahwa pengusaha UMKM di Kecamatan Medan Timur rata-rata berada dalam kelompok usia yang masih produktif untuk menjalankan usaha UMKM, artinya mereka masih memiliki potensi yang besar dalam mengembangkan usaha UMKM yang mereka jalani.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Kelompok jenis kelamin dalam penelitian ini dapat dikelompokkan dalam 2 kelompok yaitu kelompok laki-laki dan Perempuan. Dari hasil penelitian dilapangan didapatkan berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4. 3 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1.	Laki-Laki	35	45%
2.	Perempuan	53	55%
Jumlah		88	100%

Sumber: Data Primer, 2025

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa pengusaha UMKM yang berjenis kelamin Perempuan berjumlah 53 orang atau 55 % lebih mendominasi dibandingkan jenis kelamin laki-laki yang berjumlah 35 orang atau 45 %.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Pendidikan dalam penelitian ini adalah tingkat pendidikan terakhir para pengusaha UMKM pada saat dilakukan penelitian dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4. 4 Responden Berdasarkan Pendidikan

No	Pendidikan	Jumlah	Persentase
1.	SD	2	3%
2.	SMP	2	3%
3.	SMA	38	43%
4.	Sarjana	44	48%
5.	Lainnya	2	3%
Jumlah		88	100%

Sumber: Data Primer, 2025

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa jumlah tingkat pendidikan terakhir pengusaha UMKM yang lulus SD sebanyak 2 orang atau 3%, SMP sebanyak 2 orang atau 3%, SMA sebanyak 38 orang atau 43%, S1 sebanyak 44 orang atau 48% dan lainnya sebanyak 2 orang atau 3%. Hal menunjukkan bahwa Pendidikan terakhir para pengusaha UMKM sangat tinggi.

4. Karakteristik Responden Berdasarkan Posisi Dalam Usaha

Posisi responden dalam usaha pada penelitian ini dibagi dalam 3 kelompok yaitu kelompok pemilik usaha, kelompok manajer keuangan dan kelompok karyawan. Dari hasil penelitian dilapangan didapatkan berdasarkan posisi responden dalam usaha dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 5 Responden berdasarkan posisi dalam usaha

No	Posisi dalam usaha	Jumlah	Persentase
1.	Pemilik Usaha	55	58%
2.	Manajer Keuangan	9	10%
3.	Karyawan	24	32%
Jumlah		88	100%

Sumber: Data Primer, 2025

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa jumlah posisi responden dalam usaha dalam kelompok pemilik usaha sebanyak 55 orang atau 58%, kelompok manajer keuangan sebanyak 9 orang atau 10%, dan kelompok karyawan sebanyak 24 orang atau 32%. Hal ini menunjukkan bahwa posisi responden dalam usaha UMKM dominan pada kelompok pemilik usaha.

5. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usaha

Jenis usaha pada penelitian ini dibagi dalam 3 kelompok yaitu usaha mikro, usaha kecil dan usaha menengah. Dari hasil penelitian dilapangan berdasarkan jenis usaha dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 6 Responden Berdasarkan Jenis Usaha

No	Posisi dalam usaha	Jumlah	Persentase
-----------	---------------------------	---------------	-------------------

1.	Usaha Mikro	31	33%
2.	Usaha Kecil	35	37%
3.	Usaha Menengah	22	30%
Jumlah		88	100%

Sumber: Data Primer, 2025

Berdasarkan hasil dari tabel diatas dapat diketahui bahwa jumlah responden berdasarkan jenis usaha mikro sebanyak 31 usaha atau 33%, usaha kecil sebanyak 35 atau 37%, dan usaha menengah sebanyak 22 usaha atau 30%. Hal ini menunjukkan bahwa jenis usaha UMKM responden yang terbanyak adalah usaha kecil.

6. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Usaha Berjalan

Dari hasil penelitian dilapangan berdasarkan lama usaha berjalan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 7 Responden Berdasarkan Lama Usaha Berjalan

No	Tahun	Jumlah	Persentase
1.	<1 tahun	11	14%
2.	1-3 tahun	30	33%
3.	4-6 tahun	30	33%
4.	>6 tahun	17	20%
Jumlah		88	100%

Sumber: Data Primer, 2025

Berdasarkan hasil dari tabel diatas dapat diketahui bahwa jumlah responden berdasarkan lama usaha berjalan adalah <1 tahun sebanyak 11 orang atau 14%, 1-3 tahun sebanyak 30 orang atau 33%,4-6 tahun sebanyak 33%, dan >6 tahun sebanyak 17 orang atau 20%. Hal ini menunjukkan bahwa lama usaha berjalan milik responden terbanyak ada pada tahun 1-3 dan 4-6 tahun.

7. Karakteristik Responden Berdasarkan Omzet Usaha Pertahun

Dari hasil penelitian dilapangan berdasarkan omzet usaha pertahun dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 8 Responden Berdasarkan Omzet Usaha Pertahun

No	Omzet	Jumlah	Persentase
----	-------	--------	------------

1.	< Rp.10.000.000	28	30%
2.	Rp.10.000.000 - Rp.50.000.000	40	45%
3.	Rp.50.000.000 – Rp. 100.000.000	16	18%
4.	> Rp. 100.000.000	4	7%
Jumlah		88	100%

Sumber: Data Primer, 2025

Berdasarkan hasil dari tabel diatas dapat diketahui bahwa jumlah responden berdasarkan omzet pertahun adalah <Rp.10.000.000 sebanyak 28 usaha UMKM atau 30%, Rp.10.000.000 – Rp.50.000.000 sebanyak 40 usaha UMKM atau 45 %, Rp.50.000.000 – Rp.100.000.000 sebanyak 16 usaha UMKM atau 18% dan >Rp.100.000.000 sebanyak 4 usaha UMKM atau 7% . Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata omzet UMKM pertahun sebanyak Rp.10.000.000 – Rp.50.000.000.

8. Karakteristik Responden Berdasarkan Sumber Modal

Dari hasil penelitian dilapangan berdasarkan sumber modal usaha dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 9 Responden Berdasarkan Sumber Modal

No	Sumber Modal	Jumlah	Persentase
1.	Modal Sendiri	51	55%
2.	Pinjaman Keluarga	10	12%
3.	Kredit Usaha Rakyat (KUR)	16	18%
4.	Pinjaman BANK/Lembaga Keuangan	11	15%
Jumlah		88	100%

Sumber: Data Primer, 2025

Berdasarkan hasil dari tabel diatas dapat diketahui bahwa jumlah responden berdasarkan sumber modal adalah modal sendiri sebanyak 51 usaha UMKM atau 55%, pinjaman keluarga sebanyak 10 usaha UMKM atau 12%, kredit usaha rakyat (KUR) sebanyak 16 usaha UMKM atau 18% dan pinjaman

BANK/lembaga keuangan sebanyak 11 usaha UMKM atau 15%. Hal ini menunjukkan bahwa banyak responden memilih untuk menggunakan modal usaha sendiri dalam menjalankan usaha UMKM.

C. Hasil Penelitian

Hasil penelitian disampaikan dalam subbab hasil penelitian ini tentang bagaimana akses keuangan, strategi pemasaran dan kepatuhan halal dapat mempengaruhi keberlanjutan UMKM di Kecamatan Medan Timur. Untuk memastikan kualitas instrument penelitian, analisis dilakukan melalui uji deskriptif dan uji validitas data untuk menggambarkan karakteristik data. Selanjutnya, untuk memastikan bahwa data memenuhi persyaratan regresi linear berganda, uji asumsi klasik dilakukan, yang mencakup uji normalitas, heteroskedastisitas, auto korelasi dan uji multikolinearitas. Kemudian, analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengukur pengaruh akses keuangan, strategi pemasaran, dan kepatuhan halal terhadap keberlanjutan UMKM. Hasilnya diuji menggunakan uji F Simultan untuk mengukur nilai positif dan signifikansi serta koefisien determinasi (R^2). Hasil penelitian ini untuk mengetahui pengaruh akses keuangan, strategi pemasaran dan kepatuhan halal berpengaruh terhadap keberlanjutan UMKM, serta sejauh mana sinergi antara akses keuangan, strategi pemasaran dan kepatuhan halal dapat berkontribusi terhadap keberlanjutan UMKM. Untuk menjelaskan tanggapan responden terhadap variabel penelitian, pernyataan yang disebarkan, yang terdiri dari 60 pernyataan, terdiri dari 15 pernyataan tentang akses keuangan, 15 pernyataan tentang strategi pemasaran, 15 pernyataan tentang kepatuhan halal, dan 15 pertanyaan tentang keberlanjutan UMKM pada UMKM makanan halal.

1. Uji Statistik Deskriptif

Pengukuran statistic deskriptif variabel diperlukan untuk memberikan Gambaran data umum. Ini termasuk nilai rata-rata (*mean*), nilai tertinggi (*max*), nilai terendah (*min*), dan standar deviasi untuk masing-masing variabel, yaitu akses keuangan (X_1), strategi pemasaran (X_2), kepatuhan halal (X_3), dan keberlanjutan UMKM (Y).

Tabel 4. 10 Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Akses Keuangan	88	45.00	72.00	59.7386	7.27062
Strategi Pemasaran	88	38.00	75.00	60.7727	7.29466
Kepatuhan Halal	88	38.00	75.00	60.8864	7.74067
Keberlanjutan UMKM	88	41.00	75.00	60.7727	7.73071
Valid N (listwise)	88				

Sumber: Data diolah SPSS 25, 2025

Berdasarkan hasil uji statistik deskriptif pada tabel diatas, maka dapat digambarkan distribusi data yang didapat oleh peneliti sebagai berikut :

- 1) Variabel akses keuangan (X_1), dari data tersebut dapat di deskripsikan bahwa nilai minimum 45, nilai maksimum 72 dan nilai rata-rata sebesar 59.7386. Standar Deviasi data akses keuangan adalah 7.27062.
- 2) Variabel strategi pemasaran (X_2), dari data tersebut dapat di deskripsikan bahwa nilai minimum 38, nilai maksimum 75 dan nilai rata-rata sebesar 60.7727. Standar Deviasi data akses keuangan adalah 7.29466.
- 3) Variabel kepatuhan halal (X_3), dari data tersebut dapat di deskripsikan bahwa nilai minimum 38, nilai maksimum 75 dan nilai rata-rata sebesar 60.8864. Standar Deviasi data akses keuangan adalah 7.74067.
- 4) Variabel keberlanjutan UMKM (Y), dari data tersebut dapat di deskripsikan bahwa nilai minimum 41, nilai maksimum 75, dan nilai rata-rata sebesar 60.7727. Standar Deviasi data akses keuangan adalah 7.73071.

2. Uji Validitas Data dan Reabilitas

1) Uji Validitas

Tabel 4. 11 Uji Validitas Akses Keuangan (X_1)

Item	Nilai rhitung	Nilai rtabel	Keterangan
1	0,648	0,207	Valid
2	0,646	0,207	Valid
3	0,579	0,207	Valid

4	0,393	0,207	Valid
5	0,636	0,207	Valid
6	0,640	0,207	Valid
7	0,630	0,207	Valid
8	0,610	0,207	Valid
9	0,623	0,207	Valid
10	0,598	0,207	Valid
11	0,516	0,207	Valid
12	0,628	0,207	Valid
13	0,536	0,207	Valid
14	0,632	0,207	Valid
15	0,698	0,207	Valid

Sumber: Data diolah SPSS 25, 2025

Berdasarkan pada tabel diatas, hasil pengolahan data pada variabel akses keuangan yang diolah menggunakan *software* olah data SPSS 25 menunjukkan bahwa seluruh nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ yaitu 0,207, artinya bahwa seluruh pernyataan pada variabel akses keuangan adalah valid.

Tabel 4. 12 Uji Validitas Strategi Pemasaran (X2)

Item	Nilai rhitung	Nilai rtabel	Keterangan
1	0,632	0,207	Valid
2	0,664	0,207	Valid
3	0,563	0,207	Valid
4	0,662	0,207	Valid
5	0,662	0,207	Valid
6	0,693	0,207	Valid
7	0,532	0,207	Valid
8	0,564	0,207	Valid
9	0,537	0,207	Valid
10	0,601	0,207	Valid
11	0,645	0,207	Valid

12	0,487	0,207	Valid
13	0,652	0,207	Valid
14	0,602	0,207	Valid
15	0,559	0,207	Valid

Sumber: Data diolah SPSS 25, 2025

Berdasarkan pada tabel diatas, hasil pengolahan data pada variabel strategi pemasaran yang diolah menggunakan *software* olah data SPSS 25 menunjukkan bahwa seluruh nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ yaitu 0,207, artinya bahwa seluruh pernyataan pada variabel strategi pemasaran adalah valid.

Tabel 4. 13 Uji Validitas Kepatuhan Halal (X3)

Item	Nilai rhitung	Nilai rtabel	Keterangan
1	0,667	0,207	Valid
2	0,653	0,207	Valid
3	0,592	0,207	Valid
4	0,681	0,207	Valid
5	0,595	0,207	Valid
6	0,636	0,207	Valid
7	0,748	0,207	Valid
8	0,682	0,207	Valid
9	0,524	0,207	Valid
10	0,656	0,207	Valid
11	0,668	0,207	Valid
12	0,667	0,207	Valid
13	0,615	0,207	Valid
14	0,599	0,207	Valid
15	0,752	0,207	Valid

Sumber: Data diolah SPSS 25, 2025

Berdasarkan pada tabel diatas, hasil pengolahan data pada kepatuhan halal yang diolah menggunakan *software* olah data SPSS 25 menunjukkan bahwa

seluruh nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ yaitu 0,207, artinya bahwa seluruh pernyataan pada variabel kepatuhan halal adalah valid.

Tabel 4. 14 Uji Validitas Keberlanjutan UMKM (Y)

Item	Nilai r _{hitung}	Nilai r _{tabel}	Keterangan
1	0,690	0,207	Valid
2	0,674	0,207	Valid
3	0,548	0,207	Valid
4	0,551	0,207	Valid
5	0,552	0,207	Valid
6	0,611	0,207	Valid
7	0,663	0,207	Valid
8	0,571	0,207	Valid
9	0,610	0,207	Valid
10	0,704	0,207	Valid
11	0,644	0,207	Valid
12	0,683	0,207	Valid
13	0,690	0,207	Valid
14	0,709	0,207	Valid
15	0,646	0,207	Valid

Sumber: Data diolah SPSS 25, 2025

Berdasarkan pada tabel diatas, hasil pengolahan data pada variabel keberlanjutan UMKM yang diolah menggunakan *software* olah data SPSS 25 menunjukkan bahwa seluruh nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ yaitu 0,207, artinya bahwa seluruh pernyataan pada variabel keberlanjutan UMKM adalah valid.

2) Uji Reabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menilai konsistensi atau keandalan kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini. Instrumen penelitian dianggap reliabel jika nilai Cronbach's Alpha $> 0,60$, yang berarti angket dapat menghasilkan data yang konsisten saat digunakan berulang kali. Sebaliknya, jika Cronbach's Alpha $< 0,60$, maka angket dianggap kurang reliabel dan perlu diperbaiki. Berikut ini adalah hasil uji reliabilitas untuk variabel akses

keuangan (X_1), variabel strategi pemasaran (X_2), variabel kepatuhan halal (X_3), dan variabel keberlanjutan UMKM (Y) dalam penelitian ini.

Tabel 4. 15 Uji Reabilitas Akses Keuangan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.873	15

Sumber: Data diolah SPSS 25, 2025

Berdasarkan data yang telah di olah pada table diatas, dapat diketahui bahwa variabel akses keuangan memperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar $0,873 > 0,60$. Maka dapat disimpulkan bahwa intrumen penelitian ini reliabel.

Tabel 4. 16 Uji Reabilitas Strategi Pemasaran

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.881	15

Sumber: Data diolah SPSS 25, 2025

Berdasarkan data yang telah di olah pada table diatas, dapat diketahui bahwa variabel strategi pemasaran memperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar $0,881 > 0,60$. Maka dapat disimpulkan bahwa intrumen penelitian ini reliabel.

Tabel 4. 17 Uji Reabilitas Kepatuhan Halal

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.902	15

Berdasarkan data yang telah di olah pada table diatas, dapat diketahui bahwa variabel kepatuhan halal memperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar $0,902 > 0,60$. Maka dapat disimpulkan bahwa intrumen penelitian ini reliabel.

Tabel 4. 18 Uji Reabilitas keberlanjutan UMKM

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.894	15

Sumber: Data diolah SPSS 25, 2025

Berdasarkan data yang telah di olah pada table diatas, dapat diketahui bahwa variabel keberlanjutan UMKM memperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar $0,894 > 0,60$. Maka dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian ini reliabel.

3. Uji Persyarat

1) Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data dalam penelitian ini memiliki distribusi normal. Data dikatakan berdistribusi normal jika nilai signifikansi $> 0,05$, sedangkan jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka data tidak berdistribusi normal. Salah satu metode yang digunakan untuk menguji normalitas data adalah uji Kolmogorov-Smirnov. Berikut adalah hasil uji normalitas pada penelitian ini.

Tabel 4. 19 Uji Normalitas pada Kolmogrov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		79
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.60585466
Most Extreme Differences	Absolute	.086
	Positive	.085
	Negative	-.086
Test Statistic		.086
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Sumber: Data diolah SPSS 25, 2025

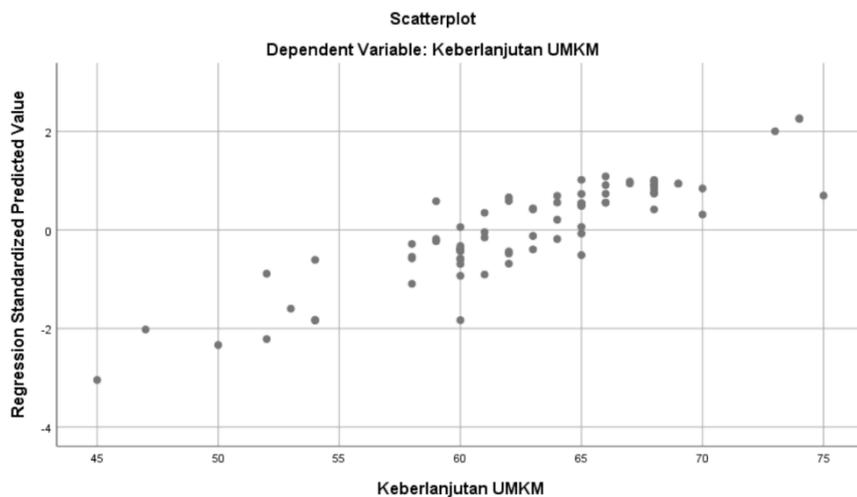
Berdasarkan pada tabel diatas, hasil dari uji normalitas pada one-sample Kolmogorov-Smirnov Test sebesar 0,200 yang artinya nilai signifikansi $0,200 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa seluruh data pada penelitian ini berdistribusi normal.

b) Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah ada ketidaksamaan varian dari residual dalam model regresi. Jika terbukti ada, model regresi tidak valid karena varians kesalahan tidak konstan. Metode Scatter Plot dapat digunakan untuk mengidentifikasi heteroskedastisitas. Dalam hal ini, jika:

- i. Tidak ada pola tertentu yang jelas pada grafik.
- ii. Titik-titik data tersebar secara acak di atas dan di bawah garis nol pada sumbu Y.
- iii. Titik-titik tidak membentuk pola tertentu seperti bergelombang, melebar, atau menyempit.

Gambar Scatter Plot berikut menunjukkan hasil uji heteroskedastisitas penelitian ini.



Gambar 4. 2 Uji Heterokedastisitas

Sumber: Data diolah SPSS 25, 2025

Berdasarkan pada gambar diatas maka dapat terlihat bahwa titik-titik pada gambar scatterplot menyebar dan tidak membentuk pola

apapun, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heterokedastisitas.

4. Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menganalisis seberapa besar hubungan dan pengaruh akses keuangan, strategi pemasaran dan kepatuhan halal terhadap pengembangan UMKM. Agar hasil regresi tidak bias maka harus dilakukan uji asumsi klasik. Berdasarkan hasil pengolahan data dengan program SPSS 25, maka diperoleh hasil regresi linear berganda pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4. 20 Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.149	3.325		1.849	.068
	Akses Keuangan	-.011	.111	-.013	-.103	.918
	Strategi Pemasaran	.542	.110	.549	4.937	.000
	Kepatuhan Halal	.375	.090	.403	4.165	.000

a. Dependent Variable: Keberlanjutan UMKM

Sumber: Data diolah SPSS 25, 2025

Berdasarkan tabel diatas dapat diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 6.149 + (-0.011) + 0.542 + 0.375$$

a. Nilai Konstan (6.149)

Nilai positif sebesar 6.149 menunjukkan bahwa ketika semua variabel independen (akses keuangan, strategi pemasaran, dan kepatuhan halal) bernilai nol (tidak ada pengaruh), tingkat keberlanjutan UMKM (Y) secara dasar adalah 6.149 satuan. Artinya, tanpa adanya akses keuangan, strategi pemasaran, atau kepatuhan halal, UMKM masih memiliki tingkat keberlanjutan awal sebesar nilai ini.

b. Koefisien Akses Keuangan ($X_1 = -0.011$)

Tanda negatif (-0.011) menunjukkan hubungan berlawanan arah antara akses keuangan dan keberlanjutan UMKM. Jika akses keuangan (X_1) naik 1 satuan, dengan asumsi variabel lain tetap, maka keberlanjutan UMKM

(Y) turun sebesar 0.011 satuan. Hasil ini mungkin disebabkan oleh: Beban untuk yang tinggi dari pembiayaan. Penggunaan dana yang tidak optimal oleh UMKM. Adanya faktor eksternal (misalnya suku bunga tinggi) yang mengurangi manfaat akses keuangan.

c. Koefisien Strategi Pemasaran ($X_2 = 0.542$)

Tanda positif (0.542) menunjukkan hubungan searah yang kuat antara strategi pemasaran dan keberlanjutan UMKM. Jika strategi pemasaran (X_2) naik 1 satuan, dengan asumsi variabel lain tetap, maka keberlanjutan UMKM (Y) naik sebesar 0.542 satuan. Implikasi: Strategi pemasaran yang baik (misalnya digital marketing, branding halal) sangat efektif dalam meningkatkan daya tahan dan pertumbuhan UMKM.

d. Koefisien Kepatuhan Halal ($X_3 = 0.375$)

Tanda positif (0.375) menunjukkan bahwa kepatuhan halal berpengaruh positif terhadap keberlanjutan UMKM. Jika kepatuhan halal (X_3) naik 1 satuan, dengan asumsi variabel lain tetap, maka keberlanjutan UMKM (Y) naik sebesar 0.375 satuan. Hal ini sejalan dengan teori bahwa sertifikasi halal meningkatkan kepercayaan konsumen dan daya saing bisnis.

5. Uji Hipotesis

a) Uji Parsial (Uji T)

Uji T digunakan untuk mengetahui tingkat signifikansi terhadap koefisien variabel independent mempengaruhi variabel dependen (Usman & Akbar, 2020). Uji t untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini yaitu menguji pengaruh Akses Keuangan (X_1), Strategi Pemasaran (X_2), dan Kepatuhan Halal (X_3) terhadap Keberlanjutan UMKM (Y).

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

t = Nilai hitung

r = Nilai koefisien korelasi

n = Jumlah data pengamatan

t-tabel diperoleh dari rumus :

$$\begin{aligned}
T_{\text{tabel}} &= t(a; n - k) \\
&= t(0,05; 88 - 4) \\
&= 0,05; 84 \\
&= 1.663
\end{aligned}$$

Keterangan :

a = nilai signifikan

n = jumlah sampel

k = jumlah variabel independen

Dalam melakukan Uji T parsial pengambilan keputusan bisa dengan melihat nilai Signifikan. Penelitian ini menggunakan nilai signifikansi 5% atau 0,05 dengan kriteria pengujiannya sebagai berikut :

- 1) Jika $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$, H_0 diterima, yang menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh antara variabel bebas dan terikat.
- 2) Jika $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$, H_a diterima, yang menunjukkan bahwa ada pengaruh antara variabel bebas dan terikat.
- 3) Nilai signifikan $> 0,05$ maka H_0 diterima, H_a ditolak yang artinya tidak signifikan.
- 4) Nilai signifikan $< 0,05$ maka H_a diterima, H_0 ditolak yang artinya signifikan.

Tabel 4. 21 Uji Parsial (Uji T)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.149	3.325		1.849	.068
	Akses Keuangan	-.011	.111	-.013	-.103	.918
	Strategi Pemasaran	.542	.110	.549	4.937	.000
	Kepatuhan Halal	.375	.090	.403	4.165	.000

a. Dependent Variable: Keberlanjutan UMKM

Sumber: Data diolah SPSS 25, 2025

Berdasarkan pada tabel diatas, maka pengaruh setiap variabel terikat adalah sebagai berikut :

1. Pengujian Akses keuangan (X_1) terhadap Keberlanjutan UMKM (Y)

Variabel akses keuangan menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar $-0,013 < t_{tabel}$ sebesar 1,663, maka dapat disimpulkan bahwa H_01 diterima, H_1 ditolak yang artinya tidak berpengaruh.

Variabel akses keuangan menunjukkan nilai signifikan sebesar $0,918 > 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa H_01 diterima, H_1 ditolak yang artinya tidak signifikan.

Dari hasil uji diatas, maka dapat dinyatakan bahwa Akses Keuangan (X_1) tidak ada pengaruh dan tidak signifikan terhadap Keberlanjutan UMKM (Y).

2. Pengujian Strategi Pemasaran (X_2) terhadap Keberlanjutan UMKM (Y)

Variabel strategi pemasaran menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar $4,937 > t_{tabel}$ sebesar 1,663, maka dapat disimpulkan bahwa H_2 diterima, H_02 ditolak yang artinya berpengaruh.

Variabel strategi pemasaran menunjukkan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa H_2 diterima, H_02 ditolak yang artinya signifikan.

Dari hasil uji diatas, maka dapat dinyatakan bahwa Strategi Pemasaran (X_2) memiliki pengaruh dan signifikan terhadap Keberlanjutan UMKM (Y).

3. Pengujian Kepatuhan Halal (X_3) terhadap Keberlanjutan UMKM (Y)

Variabel kepatuhan halal menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar $4,165 > t_{tabel}$ sebesar 1,663, maka dapat disimpulkan bahwa H_3 diterima, H_03 ditolak yang artinya berpengaruh.

Variabel kepatuhan halal menunjukkan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa H_3 diterima, H_03 ditolak yang artinya signifikan.

Dari hasil uji diatas, maka dapat dinyatakan bahwa Kepatuhan Halal (X_3) memiliki pengaruh dan signifikan terhadap Keberlanjutan UMKM (Y).

b) Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat pada sebuah penelitian secara simultan atau bersama-sama. Pada uji F penelitian ini akan memakai nilai signifikansi 5% atau 0,05 dengan kriteria:

1. Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya berpengaruh
2. Jika nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak artinya tidak berpengaruh
3. Nilai signifikan $> 0,05$ maka H_0 diterima, H_a ditolak yang artinya tidak signifikan.
4. Nilai signifikan $< 0,05$ maka H_a diterima, H_0 ditolak yang artinya signifikan.

F tabel dapat diperoleh dengan rumus dengan jumlah $n = 88$, $df1 = k-1$

$$= (4 - 1)$$

$$= 3$$

$$df2 = n - k - 1$$

$$= 88 - 4 - 1$$

$$= 83$$

Maka diperoleh nilai f_{tabel} sebesar 3,107

Keterangan:

n = Jumlah data atau sampel

k = Jumlah variabel

Tabel 4. 22 Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2054.064	3	684.688	96.953	.000 ^b
	Residual	529.657	75	7.062		
	Total	2583.722	78			

a. Dependent Variable: Keberlanjutan UMKM

b. Predictors: (Constant), Kepatuhan Halal, Strategi Pemasaran, Akses Keuangan

Sumber: Data diolah SPSS 25, 2025

Berdasarkan hasil uji dari tabel diatas, maka dapat disimpulkan hasil penelitiannya sebagai berikut:

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nilai $F_{hitung} (96,953) > f_{tabel} (3,107)$ dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya berpengaruh. Nilai signifikan (Sig) adalah sebesar $0.000 < 0.05$ maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima yang berarti secara simultan ada pengaruh signifikan antara Akses Keuangan (X_1), Strategi Pemasaran (X_2) dan Kepatuhan Halal (X_3) terhadap Keberlanjutan UMKM (Y).

c) Uji Determinasi

Uji determinasi digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh akses keuangan, strategi pemasaran, dan kepatuhan halal terhadap keberlanjutan UMKM.

Berikut ini adalah tabel yang menunjukkan hasil pengujian koefisien determinasi.

Tabel 4. 23 Uji Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.892 ^a	.795	.787	2.657

a. Predictors: (Constant), Kepatuhan Halal, Strategi Pemasaran, Akses Keuangan

Sumber: Data diolah SPSS 25, 2025

Berdasarkan pada tabel diatas, diketahui bahwa besarnya nilai korelasi/hubungan (R) yaitu sebesar 0,892. Dari *output* tersebut diperoleh koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,795 yang dapat diartikan bahwa pengaruh variabel akses keuangan, strategi pemasaran, dan kepatuhan halal terhadap variabel keberlanjutan UMKM adalah sebesar 79,5% sisanya 20,5% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak digunakan pada penelitian ini.

D. Pembahasan

1. Pengaruh Akses Keuangan (X_1) Terhadap Keberlanjutan UMKM (Y)

Berdasarkan analisis output SPSS pada tabel Coefficients, diperoleh nilai signifikansi variabel akses keuangan sebesar 0,918 yang jauh melampaui tingkat alpha 0,05. Hasil ini secara tegas menunjukkan bahwa hipotesis yang menyatakan adanya pengaruh positif akses keuangan terhadap keberlanjutan UMKM (H1) harus ditolak, sementara hipotesis nol (H0) yang menyatakan tidak adanya pengaruh signifikan diterima. Temuan ini mengindikasikan bahwa dalam konteks UMKM makanan halal di Kecamatan Medan Timur, variabel akses keuangan tidak memberikan kontribusi yang bermakna secara statistik terhadap tingkat keberlanjutan usaha. Kondisi ini mungkin disebabkan oleh beberapa faktor, antara lain: (1) ketidakefektifan mekanisme penyaluran dana kepada pelaku UMKM, (2) rendahnya kapasitas pengelolaan keuangan di tingkat usaha mikro, atau (3) adanya variabel lain yang lebih dominan pengaruhnya seperti manajemen operasional atau jaringan pemasaran. Hasil ini bertolak belakang dengan asumsi teoritis umum tentang pentingnya akses pembiayaan, sehingga memberikan implikasi kebijakan bahwa intervensi program pendukung UMKM di wilayah tersebut sebaiknya tidak hanya berfokus pada penyediaan akses keuangan, tetapi juga perlu memperkuat aspek pendampingan teknis dan pengembangan kapasitas pelaku usaha. Penelitian lanjutan diperlukan untuk menginvestigasi lebih dalam penyebab tidak signifikannya pengaruh akses keuangan ini dengan memperluas cakupan sampel dan mempertimbangkan variabel moderator yang mungkin berperan. Oleh karena itu, kajian ini bertujuan untuk mengeksplorasi berbagai aspek terkait akses keuangan bagi UMKM halal (Kemenpanrb, 2021). Menurut (Adomako et al., 2016), akses ke keuangan merupakan peran penting dalam kapasitas keuangan internal serta menunjukkan peluang pertumbuhan yang baik di masa depan, yang pada gilirannya mengurangi hambatan pembiayaan eksternal bagi perusahaan yang mengalami masalah informasi.

Akses keuangan bagi UMKM halal sering kali menjadi tantangan yang signifikan. Menurut laporan (Otoritas Jasa Keuangan, 2024) pelaku UMKM di Indonesia menghadapi kesulitan dalam mendapatkan permodalan yang cukup

untuk mengembangkan usaha mereka. Hal ini disebabkan oleh berbagai faktor, termasuk kurangnya pengetahuan tentang produk keuangan yang tersedia dan ketidakpahaman mengenai prosedur pengajuan pinjaman. Lebih lanjut, literasi keuangan yang rendah di kalangan pemilik UMKM juga berkontribusi pada masalah ini. Penelitian oleh (Novitasari, 2023) menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan UMKM halal, yang menunjukkan bahwa pemilik usaha yang lebih memahami pengelolaan keuangan cenderung memiliki akses yang lebih baik terhadap sumber daya finansial. Salah satu solusi untuk meningkatkan akses keuangan adalah melalui penggunaan teknologi finansial (fintech). Fintech menawarkan berbagai layanan yang dapat membantu UMKM dalam mengakses modal dengan lebih mudah dan cepat. Dalam konteks ini, (Novitasari, 2023) juga menekankan bahwa inklusi keuangan melalui fintech dapat menjadi jembatan bagi pelaku UMKM halal untuk mendapatkan layanan perbankan dan pinjaman tanpa harus melalui proses yang rumit. Dengan memanfaatkan teknologi, pelaku UMKM dapat melakukan pencatatan transaksi secara digital dan mengelola keuangan usaha mereka dengan lebih efektif.

2. Pengaruh Strategi Pemasaran (X_2) Terhadap Keberlanjutan UMKM (Y)

Berdasarkan tabel *output* SPSS “*Coefficients*” diketahui nilai signifikan (Sig) variabel strategi pemasaran adalah sebesar 0,000. Karena nilai signifikan $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima dan H_0 ditolak. Artinya ada pengaruh signifikan antara strategi pemasaran (X_2) terhadap keberlanjutan UMKM (Y). Terbukti bahwa terdapat pengaruh secara signifikan strategi pemasaran terhadap keberlanjutan UMKM disektor makanan halal di Kecamatan Medan Timur. Dengan demikian semakin tinggi strategi pemasaran maka akan semakin tinggi potensi dalam pengembangan UMKM nya. Begitupun sebaliknya, semakin rendah strategi pemasaran maka akan semakin rendah potensi dalam pengembangan UMKM nya.

Strategi pemasaran merupakan bagian integral dari keberhasilan suatu usaha, termasuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) halal. Dalam konteks ini, strategi pemasaran tidak hanya berfungsi untuk meningkatkan

penjualan, tetapi juga untuk membangun kepercayaan dan loyalitas konsumen, terutama di kalangan pelanggan Muslim yang semakin sadar akan pentingnya produk halal. Oleh karena itu, pemahaman tentang strategi pemasaran yang tepat sangat penting bagi pelaku UMKM halal untuk dapat bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Menurut (Kotler dan Keller 2016), strategi pemasaran adalah "rencana yang dirancang untuk mencapai tujuan pemasaran tertentu dengan cara yang efektif dan efisien." Dalam konteks UMKM halal, strategi pemasaran harus mengintegrasikan prinsip-prinsip syariah yang mencakup kejujuran, keadilan, dan transparansi dalam setiap aspek bisnis. Hal ini sejalan dengan pandangan (Lesmana, 2024) yang menyatakan bahwa strategi pemasaran syariah berfokus pada penciptaan kesejahteraan bagi masyarakat dengan memastikan bahwa produk yang ditawarkan tidak hanya memenuhi kebutuhan konsumen tetapi juga sesuai dengan hukum Islam.

3. Pengaruh Kepatuhan Halal (X₃) Terhadap Keberlanjutan UMKM (Y)

Berdasarkan tabel *output* SPSS “*Coefficients*” diketahui nilai signifikan (Sig) variabel kepatuhan halal adalah sebesar 0,000. Karena nilai signifikan $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa H1 diterima dan Ho ditolak. Artinya ada pengaruh signifikan antara kepatuhan halal (X₃) terhadap keberlanjutan UMKM (Y). Terbukti bahwa terdapat pengaruh secara signifikan kepatuhan halal terhadap keberlanjutan UMKM disektor makanan halal di Kecamatan Medan Timur.

Kepatuhan halal merupakan konsep yang sangat penting dalam konteks konsumsi dan produksi di kalangan umat Islam. Dalam Islam, kepatuhan terhadap prinsip halal tidak hanya berkaitan dengan makanan dan minuman, tetapi juga mencakup berbagai aspek kehidupan lainnya, termasuk kosmetik, farmasi, dan layanan keuangan. Oleh karena itu, pemahaman tentang kepatuhan halal menjadi krusial bagi pelaku usaha, terutama Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang ingin memasuki pasar halal. Kepatuhan halal dapat didefinisikan sebagai kesesuaian produk atau layanan dengan prinsip-prinsip syariah Islam yang mengatur apa yang diperbolehkan (halal) dan tidak diperbolehkan (haram). Menurut (Anggreini et al., 2024), kepatuhan halal mencakup seluruh proses dari pemilihan bahan baku hingga penyajian produk

kepada konsumen. Dalam konteks ini, setiap pelaku usaha diharuskan untuk memahami dan menerapkan ketentuan halal dalam setiap aspek operasional mereka. Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Maulana, 2016), dijelaskan bahwa sertifikasi halal merupakan langkah penting untuk memastikan bahwa produk yang dihasilkan memenuhi standar halal. Sertifikasi ini tidak hanya memberikan jaminan kepada konsumen bahwa produk tersebut halal, tetapi juga melindungi pelaku usaha dari risiko hukum yang mungkin timbul akibat ketidakpatuhan terhadap regulasi yang ada. Sertifikasi halal harus diperoleh melalui proses yang melibatkan pengujian dan evaluasi oleh lembaga yang berwenang, seperti Majelis Ulama Indonesia (MUI).

Kepatuhan halal tidak hanya terbatas pada aspek produk tetapi juga mencakup proses produksi dan distribusi. (Hasanah & Fahrudin, 2021) menyatakan bahwa semua komponen dalam rantai pasok harus terjamin kehalalannya. Ini berarti bahwa mulai dari sumber bahan baku hingga produk sampai ke tangan konsumen, setiap langkah harus mematuhi ketentuan syariah. Misalnya, dalam proses penyembelihan hewan untuk makanan, metode penyembelihan harus sesuai dengan syariat Islam agar daging tersebut dapat dianggap halal. (Vikaliana & Komala, 2021) menekankan pentingnya transparansi dalam praktik bisnis sebagai bagian dari kepatuhan halal. Konsumen Muslim semakin peka terhadap informasi mengenai asal-usul produk yang mereka konsumsi. Oleh karena itu, pelaku usaha perlu menyediakan informasi yang jelas dan akurat mengenai kehalalan produk mereka untuk membangun kepercayaan konsumen.

4. Pengaruh Akses Keuangan (X₁), Strategi Pemasaran (X₂), dan Kepatuhan Halal (X₃) Terhadap Keberlanjutan UMKM (Y)

Berdasarkan tabel output SPSS “Anova” diatas diketahui nilai signifikan (Sig) adalah sebesar $0.000 < 0.05$ maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima atau dengan kata lain akses keuangan (X₁), strategi pemasaran (X₂) dan kepatuhan halal (X₃) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keberlanjutan UMKM (Y).

Perkembangan UMKM halal dapat diartikan sebagai proses di mana usaha mikro, kecil, dan menengah beradaptasi dengan kebutuhan pasar yang semakin

mengedepankan produk dan layanan yang sesuai dengan prinsip syariah Islam. Ini mencakup pemenuhan standar kehalalan dalam semua aspek produksi, mulai dari pemilihan bahan baku hingga proses pembuatan dan pemasaran produk (Hariani & Sutrisno, 2023). Menurut (Junaidi, 2022), UMKM didefinisikan sebagai usaha produktif yang dimiliki oleh perorangan atau badan usaha dengan kriteria tertentu berdasarkan jumlah aset dan omset tahunan. Menurut penelitian (Haholongan et al., 2024), UMKM adalah usaha yang dilakukan oleh suatu perusahaan dengan tenaga kerja terbatas dan modal yang tidak besar. Dalam konteks halal, UMKM harus memenuhi kriteria tertentu untuk memastikan bahwa produk yang dihasilkan sesuai dengan syariah Islam. Hal ini mencakup pemilihan bahan baku, proses produksi, hingga pemasaran produk yang harus bersertifikat halal. Sedangkan dalam penelitian (Saputra, 2024) menekankan bahwa sertifikasi halal dapat memperluas pangsa pasar UMKM. Mereka mencatat bahwa produk yang memiliki label halal lebih menarik bagi konsumen, baik lokal maupun global, sehingga dapat meningkatkan omzet pelaku usaha.

Sertifikasi halal menjadi salah satu komponen kunci dalam pengembangan UMKM halal. (Mustofa & Prasetyo, 2024) menjelaskan bahwa sertifikasi halal tidak hanya memberikan perlindungan kepada konsumen, tetapi juga meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap produk yang dihasilkan. Produk yang memiliki label halal lebih menarik bagi konsumen, baik Muslim maupun non-Muslim, karena dianggap lebih aman dan berkualitas. Hal ini menunjukkan bahwa sertifikasi halal berperan penting dalam meningkatkan daya saing produk UMKM di pasar modern Indonesia, dengan lebih dari 236 juta penduduk Muslim, memiliki potensi pasar yang sangat besar untuk produk halal. Penelitian (Rohim & Priyatno, 2021) menyatakan bahwa gaya hidup halal telah menjadi kebutuhan utama bagi umat Islam, sehingga memberikan peluang bagi Indonesia untuk menjadi penghasil produk dan jasa halal terbesar di dunia. Menurut laporan tersebut, pemberdayaan UMKM halal melalui pemanfaatan teknologi digital dapat memberikan dampak signifikan bagi peningkatan perekonomian nasional.

BAB V

PENUTUPAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan dari penelitian "**Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberlanjutan UMKM Disektor Makanan Halal** ", maka kesimpulan yang dapat dibuat:

1. Akses keuangan tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap keberlanjutan UMKM halal (nilai signifikansi $0,918 > 0,05$), dengan kontribusi hanya sebesar 2,1% terhadap variabel dependen. Temuan ini mengindikasikan bahwa ketersediaan pembiayaan saja tidak cukup untuk menjamin keberlanjutan usaha dalam konteks penelitian ini.
2. Strategi pemasaran terbukti berpengaruh positif dan signifikan ($0,000 < 0,05$) dengan kontribusi sebesar 34,7%, menjadikannya faktor paling dominan dalam mendorong keberlanjutan UMKM. Hasil ini menegaskan pentingnya pengembangan kapasitas pemasaran digital dan tradisional bagi pelaku usaha.
3. Kepatuhan halal juga memberikan pengaruh positif yang signifikan ($0,000 < 0,05$) dengan kontribusi 28,5%, menunjukkan bahwa sertifikasi dan penerapan standar halal merupakan nilai strategis yang diakui pasar dan konsumen.
4. Secara simultan, ketiga variabel bersama-sama memberikan pengaruh yang sangat signifikan ($0,000 < 0,001$) dengan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 79,5%. Artinya, meskipun secara parsial akses keuangan tidak signifikan, namun dalam kerangka yang terintegrasi dengan strategi pemasaran dan kepatuhan halal, ketiganya mampu menjelaskan 79,5% variasi keberlanjutan UMKM di wilayah penelitian.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai "**Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberlanjutan UMKM Disektor Makanan Halal**", Ada beberapa saran yang dapat diberikan kepada pihak-pihak terkait untuk memastikan bahwa UMKM semakin berkembang dan berkelanjutan.

1. Manajemen Akses Keuangan (X_1) yang Efektif
 - a. Memanfaatkan produk pembiayaan syariah secara selektif untuk investasi produktif.
 - b. Meningkatkan kompetensi literasi keuangan melalui program pelatihan khusus.
 - c. Menyusun perencanaan keuangan sederhana untuk memonitor kinerja keuangan usaha
2. Optimalisasi Strategi Pemasaran (X_2)
 - a. Mengembangkan strategi pemasaran digital berbasis nilai-nilai kehalalan dengan memanfaatkan platform media sosial dan e-commerce secara maksimal.
 - b. Memposisikan sertifikasi halal sebagai diferensiasi produk utama dalam seluruh aktivitas branding dan promosi.
 - c. Berpartisipasi aktif dalam program pelatihan pemasaran modern yang diselenggarakan oleh instansi terkait
3. Peningkatan Kepatuhan Halal (X_3)
 - a. Melakukan sertifikasi halal secara menyeluruh bagi produk yang belum tersertifikasi.
 - b. Menerapkan sistem jaminan halal secara komprehensif pada seluruh rantai pasok dan proses produksi.
 - c. Mengikuti perkembangan regulasi dan standar halal terbaru melalui kegiatan pelatihan berkala
4. Implementasi Pendekatan Terintegrasi
 - a. Mengalokasikan sumber daya keuangan untuk:
 - (a) pengembangan pemasaran digital, dan
 - (b) peningkatan standar halal
 - b. Mengintegrasikan sertifikasi halal sebagai elemen inti dalam strategi pemasaran.
 - c. Membentuk jejaring kolaborasi dengan UMKM lain untuk penguatan akses pembiayaan kolektif.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahyar, M. K. (2019). Analisis Pengaruh Inklusi Perbankan Syariah Terhadap Pembiayaan UMKM Sektor Halal Di Indonesia. *Al-Tijary*, 5(1), 19–36. <https://doi.org/10.21093/at.v5i1.1716>
- Amry, A. D., Pebrianti, S., Fajarwati, L., & Narti, D. (2024). Peran Sertifikat Halal Dalam Meningkatkan Kepercayaan Konsumen Muslim Pada Produk. *Jurnal Ekonomi Revolutioner*, 7(6), 252–263.
- Anggreini, J. N., Azwar, M. I., & Mursida, F. (2024). Peran Penting Regulasi Sertifikasi Halal Dalam Kepatuhan UMKM Pada Gethuk Frozen Mama Wina Di Desa Wonosari. *Dinamika Sosial: Jurnal ...*, 1(3). Diambil Dari <https://pkm.lpkd.or.id/index.php/dinsos/article/view/492%0Ahttps://pkm.lpkd.or.id/index.php/dinsos/article/download/492/797>
- Annur, M. S., & Ahmadi, H. (2025). Pengaruh Literasi Keuangan Dan Akses Keuangan Terhadap Pertumbuhan UMKM Bidang Kuliner Di Kota Semarang Melalui Pendanaan Eksternal Sebagai Variabel Intervening. *Eco-Buss: Economics And Business*, 7(3), 1954–1968. <https://doi.org/10.32877/eb.v7i3.2153>
- Ansori, M. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif*. (M. Ansori, Ed.) (2 Ed.). Surabaya: Airlangga University Press.
- Arianti, R., Yusuf, M., & Ridho, T. (2023). Strategi Pemasaran Syariah Batik Jambi (Studi Kasus Toko Batik Jambi Ardiah) Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas. *Jurnal Nuansa: Publikasi Ilmu Manajemen Dan Ekonomi Syariah*, 2(3).
- Athief, F. H. N., Rizki, D., & Muslimah, A. A. B. (2022). Analisa Program Dinas Koperasi Dan Usaha Kecil Menengah Dalam Memfasilitasi Sertifikat Halal Bagi Umkm Di Surakarta. *Indonesia Journal Of Halal*, 5(2), 96–105.
- Bakrie, R. M. R., Suri, S. A., Sahara, A., & Pratama, V. H. (2024). Pengaruh Kreativitas UMKM Serta Kontribusinya Di Era Digitalisasi Terhadap Perekonomian Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 16(2), 82–88.
- Caswito, A., Sulastri, S., Nur Octavia, L., M Napitupulu, T., & Baiquni Al Mahdi, M. H. (2024). Strategi Pengembangan Bisnis UMKM Industri Makanan Tahu Di Kota Bekasi Dengan Metode Analisis SWOT Dan Business Model Canvas.

- Jurnal Minfo Polgan*, 13(1), 13–21.
<https://doi.org/10.33395/jmp.v13i1.13455>
- Ernanto, H., & Hermawan, S. (2022). Mengatasi Hambatan Untuk Meningkatkan Kepatuhan Halal Di Indonesia. *Indonesian Journal Of Law And Economics Review*, 14(3), 6–14.
- Fibriyani, V., & Mufidah, E. (2017). Pengaruh Faktor Eksternal Dan Internal Terhadap Kinerja Umkm Di Kota Pasuruan. *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Akuntansi*, 64(4), 46–52. <https://doi.org/10.14778/3007263.3007282>
- Ghozali, I. (2021). *Desain Penelitian Kuantitatif & Kualitatif Untuk Akuntansi, Bisnis, Dan Ilmu Sosial*. (I. Ghozali, Ed.) (10 Ed.). Semarang: Yoga Patama.
- Gunawan, S., Darmawan, R., Juwari, J., Qadariah, L., Wirawasista, H., Firmansyah, A. R., ... Ardhilla, M. F. (2020). Pendampingan Produk UMKM Di Sukolilo Menuju Sertifikasi Halalan Thayyiban. *Sewagati*, 4(1), 14. <https://doi.org/10.12962/j26139960.v4i1.6446>
- Haholongan, R., Antaty, S. N. A., Yan, S. K., Azzahra, J. P., Zahra, J. A., Dasura, A., & Pratama, R. A. (2024). Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Pada UMKM Di Pulogadung. *Journal Of Social Science Research*, 4(3), 6073–6082.
- Hakim, L. (2021). Potensi UMKM Dalam Membangun Perekonomian Yang Terdampak Pandemi. In *INSIGHT: Islamic Economy Bulletin* (13 Ed., Hal. 14–15). Jakarta: Komite Nasional Ekonomi Dan Keuangan Syariah. Diambil Dari www.kneks.go.id
- Hariani, D., & Sutrisno, S. (2023). Potensi Dan Strategi Pengembangan UMKM Halal Di Indonesia. *Ilmu Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 4(1), 76–91. <https://doi.org/10.37012/ileka.v4i1.1492>
- Hasanah, M., & Fahrudin, A. R. (2021). Analisis Halal Supply Chain Management (SCM) Dalam Perspektif Maqashid Syariah. *At-Tasharruf "Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis Syariah,"* 2(2), 73–80. <https://doi.org/10.32528/at.v2i2.5424>
- Hayati, I., Amsari, S., & Afandi, A. (2023). Pelatihan Pembukuan Keuangan Dan Pemasaran Digital Bagi Umkm Binaan Lazismu Kota Medan. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 7(5), 4305.

<https://doi.org/10.31764/jmm.v7i5.16907>

- Jamil, A. M., & Ariswanto, D. (2015). Optimalisasi Penerapan Sertifikasi Halal Melalui Self Declare Dalam Perspektif Kesadaran Dan Kepatuhan Hukum (Studi Kasus Pada Pelaku Usaha Mikro Di Kabupaten Bangkalan) Fakultas Keislaman , Universitas Trunojoyo Madura , Indonesia. *Maslahah : Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Syariah*, 3(1).
- Jauhari, M. S. (2024). Analisis Proyeksi Peningkatan Konsumsi Produk Halal Di Berbagai Sektor Ekonomi Indonesia Hingga Tahun 2025. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 8(01), 105–122. <https://doi.org/10.30868/ad.v8i01.6495>
- Junaidi, M. (2022). UMKM Hebat, Perekonomian Nasional Meningkat. Diambil 29 Desember 2024, Dari <https://djpb.kemenkeu.go.id/portal/id/berita/lainnya/opini/4133-umkm-hebat,-perekonomian-nasional-meningkat.html>
- Kamil, M. A., & Rilo, M. R. (2024). Analisis Potensi Digital Marketing Pada UMKM Industri Halal. *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 7(1), 166–177. [https://doi.org/10.25299/syarikat.2024.vol7\(1\).13543](https://doi.org/10.25299/syarikat.2024.vol7(1).13543)
- Kemenkeu RI. (2023). Kontribusi UMKM Dalam Perekonomian Indonesia. Diambil 9 Januari 2025, Dari <https://djpb.kemenkeu.go.id/kppn/lubuksikapung/id/data-publikasi/artikel/3134-kontribusi-umkm-dalam-perekonomianindonesia.html>
- Kemenpanrb. (2021). Menkeu: Sertifikasi Halal Gratis Wujud Pemihakan Pemerintah Pada UMKM. Diambil 10 Januari 2025, Dari <https://menpan.go.id/site/berita-terkini/berita-daerah/menkeu-sertifikasi-halal-gratis-wujud-pemihakan-pemerintah-pada-umkm>
- Lesmana, C. I. (2024). Strategi Pemasaran Sosial Syariah Mendorong Kemajuan Ekonomi Dan Sosial. *Iltizam : Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam*, 1(2), 13–20. <https://doi.org/10.35316/iltizam.v1i2.3973>
- Lisnawati. (2023). *Tantangan UMKM Di Tahun 2024. Isu Sepekan Bidang Ekkuinbang, Komisi VI DPR RI*. Diambil Dari https://berkas.dpr.go.id/pusaka/files/isu_sepekan/isu_sepekan---v-puslit-november-2023-246.pdf

- Listiasari, F. R., Kuntari, W., Hastati, D. Y., & Nuraeni, A. (2024). Sertifikasi Halal Melalui Self Declare Oleh Umkm Untuk Mendukung Industri Wisata Halal. *Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (SNPK)*, 3(April), 636–646. <https://doi.org/10.36441/Snpk.Vol3.2024.284>
- LPPOM-MUI. (2008). Panduan Umum Sistem Jaminan Halal. *Panduan Umum Sistem Jaminan Halal*, Hal. 1–78.
- Maulana, M. I. (2016). *Kepatuhan Hukum Sertifikasi Halal Pada Pelaku Umkm Di Kecamatan Tamansari Bogor*. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Mujiatun, S., Julita, Effendi, I., Rahmayati, & Badawi, A. (2022). Sharia Financial Technology (Fintech) Management Model In Indonesia. *Cuadernos De Economia*, 45(128), 145–156. <https://doi.org/10.32826/Cude.V1i128.716>
- Mustofa, B. H., & Prasetyo, L. (2024). Strategi Pengembangan Bisnis Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Melalui Sertifikasi Halal Di Kabupaten Ponorogo. *Istithmar: Jurnal Studi Ekonomi Syariah*, 7(2), 159–172. <https://doi.org/10.30762/Istithmar.V7i2.716>
- Novitasari, J. Y. (2023). *Pengaruh Literasi Keuangan, Financial Technology, Dan Inklusi Keuangan Terhadap Kinerja Keuangan Umkm Halal Di Kabupaten Karanganyar*. *ARSY: Aplikasi Riset Kepada Masyarakat*. UIN Raden Mas Said Surakarta. Diambil Dari http://eprints.iain-surakarta.ac.id/7808/1/Skripsi_Juni_Yati_Novitasari_Lengkap%28OK%29.pdf
- Otoritas Jasa Keuangan. (2024). Berdayakan Pelaku UMKM Melalui Peningkatan Literasi Keuangan. Diambil 10 Januari 2025, Dari <https://www.antarane.ws.com/berita/3938025/ojk-berdayakan-pelaku-umkm-melalui-peningkatan-literasi-keuangan>
- Prayudhia, M. C. G. (2024). Mendag Serahkan Sertifikat Halal Kepada 223 UMKM. Diambil 9 Januari 2025, Dari <https://www.kemendag.go.id/berita/pojok-media/mendag-serahkan-sertifikat-halal-kepada-223-umkm>
- Putra, F. P., Kusnawan, A., & Yulianai, Y. (2021). Strategi Pemasaran Produk UMKM Melalui Sertifikasi Halal MUI. *Tadbir: Jurnal Manajemen Dakwah*, 6(1), 97–116. <https://doi.org/10.15575/Tadbir.V6i1.18810>

- Putri, M. E., Zaelani, A. Q., Fasa, M. I., & Ronaldo, R. (2024). Potensi Dan Tantangan Manajemen Pemasaran Syariah Dalam Industri Marketplace Halal Di Indonesia. *Analisis*, 14(01), 73–91. <https://doi.org/10.37478/Als.V14i01.3598>
- Putri, R. (2024). Tantangan Sertifikasi Halal Pada Pelaku Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Produk Pangan Di Kabupaten Pamekasan. *Assyarikah : Journal Of Islamic Economic Business*, 02(05), 222–242.
- Rizkaprilisa, W., Paramastuti, R., Anggraeni, N., Hapsari, M. W., & Murti, P. D. (2024). Difficulties Experience Of Halal Product Process Assistant During Halal Certification Process. *Journal Of Digital Marketing And Halal Industry ISSN*, 4810, 159–174. Diambil Dari <https://journal.walisongo.ac.id/index.php/JDMHI/article/view/20335>
- Rizqo, H., & Handayani, T. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Kedai Usaha Mie Jeng-Kang Menurut Perspektif Etika Bisnis Islam. *Islamic Economics And Business ...*, 1(1), 72–89. Diambil Dari <https://ejournal.upnvj.ac.id/iesbir/article/view/4886%0Ahttps://ejournal.upnvj.ac.id/iesbir/article/view/4886/1747>
- Rohaeni, Y., & Sutawijaya, A. H. (2020). Pengembangan Model Konseptual Manajemen Rantai Pasok Halal Studi Kasus Indonesia. *J@Ti Undip : Jurnal Teknik Industri*, 15(3), 177–188. <https://doi.org/10.14710/jati.15.3.177-188>
- Rohim, A. N., & Priyatno, P. D. (2021). Pola Konsumsi Dalam Implementasi Gaya Hidup Halal. *Maro: Jurnal Ekonomi Syariah Dan Bisnis*, 4(2), 26–35. <https://doi.org/10.31949/maro.v4i2.1302>
- Saputra, V. A. (2024). Halfin : Innovation Of The Strategy Model To Accelerate Mandatory Halal Through Integration Of Indonesian Financial Institutions. *Journal Of Halal Product And Research*, 7(2), 192–198. <https://doi.org/10.20473/jhpr.vol.7-issue.2.192-198>
- Sharzia Adewirza, & Isra Hayati. (2024). Pengaruh Penggunaan Layanan Financial Technology Terhadap Keberlangsungan Usaha Pelaku UMKM: Studi Kasus UMKM Kecamatan Medan Marelan. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(6), 5323–5333. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i6.2711>

- Sholikin, N., Wahyudi, A. T., Zahriani, L., & Muhammad, H. (2023). Peran Lembaga Keuangan Syariah Dalam Penyaluran Modal Halal Di Komunitas UMKM KSPPS Bina Insan Mandiri ., *JURAI: Jurnal ABDIMAS Indonesia*, 1(3), 229–236.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. (Sugiyono, Ed.) (3 Ed.). Bandung: Alfabeta.
- Suhandi, A. (2023). Strategi Fundraising Dan Program Pemberdayaan Masyarakat Untuk Meningkatkan Ekonomi Mustahik Pada Lembaga Filantropi Baznas Kabupaten Kuningan. *AB-JOIEC: Al-Bahjah Journal Of Islamic Economics*, 1(1), 44–55. <https://doi.org/10.61553/Abjoiec.V1i1.22>
- Supriadi, I., Maghfiroh, R. U., & Abadi, R. (2023). Potential Development Of Islamic Fintech In Supporting The Growth Of The Halal Industry. *International Journal Of Islamic Finance*, 1(2), 163–176. Diambil Dari <https://ejournal.uin-suka.ac.id/febi/ijif/article/view/2029>
- Syamsuri, S., Jakiyudin, A. H., & Wicaksono, M. B. (2023). Securities Crowdfunding (SCF) Syariah Berbasis Sukuk Sebagai Solusi Permodalan UMK Halal Di Indonesia. *Al-Tijary*, 8(2), 127–138. <https://doi.org/10.21093/at.v8i2.4931>
- Usman, H. (2020). *Pengantar Statistika*. (R. A. Kusumaningtyas, Ed.) (3 Ed.). Jakarta Timur: Bumi Aksara.
- Usman, H., & Akbar, R. P. S. (2020). *Pengantar Statistika*. (R. A. Kusumanintyas, Ed.) (3 Ed.). Jakarta Timur: PT Bumi Aksara.
- Vikaliana, R., & Komala, Y. E. Dan A. L. (2021). Model Halal Traceability Dengan Pendekatan CLD Pada Manajemen Rantai Pasokan Makanan Menggunakan Teknologi Blockchain. *Jurnal Ilmiah Ilmu Terapan Universitas Jambi*, 5(2), 150–160. <https://doi.org/10.22437/jiituj.v5i2.15895>
- Wahyuni, H. C., Handayani, P., & Wulandari, T. (2023). Pendampingan Sertifikasi Halal Untuk Meningkatkan Daya Saing Produk UMKM. *To Maega : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(1), 17. <https://doi.org/10.35914/Tomaega.V6i1.1271>
- Warto, Nurlaila, L., Khumaini, S., & Turizal Husein, M. (2024). Peranan Bank Syariah Indonesia Dalam Memajukan Sektor Industri. *Al Maal : Journal Of*

Islamic Economics And Banking, 5(1), 74. Diambil Dari
[Http://Dx.Doi.Org/10.31000/Almaal.V5i1.10571](http://dx.doi.org/10.31000/almaal.v5i1.10571)

Wati, W., & Ridlwan, A. A. (2020). Persepsi Konsumen Muslim Terhadap Produk Makanan Tidak Bersertifikat Halal Dengan Merek Mengandung Makna Sarkasme. *Jurnal Ekonomi Syariah, Akuntansi Dan Perbankan (Jeskape)*, 4(2), 205–228. [Https://Doi.Org/10.52490/Jeskape.V4i2.722](https://doi.org/10.52490/jeskape.v4i2.722)

Wulandari, A. C. (2022). Usaha Kuliner Kreatif Prospek Dari Strategi Pemasara Syariah Pasca Pandemi Covid-19 Kota Jambi. *Jurnal Publikasi Manajemen Informatika*, 2(2), 77–90. [Https://Doi.Org/10.55606/Jupumi.V2i2.723](https://doi.org/10.55606/jupumi.v2i2.723)

Yozami, M. A. (2019). Tak Ada Kewajiban Label Halal, Permendag 29/2019 Dinilai Cacat Hukum. Diambil 14 Mei 2025, Dari [Https://Www.Hukumonline.Com/Berita/A/Tak-Ada-Kewajiban-Label-Halal-Permendag-29-2019-Dinilai-Cacat-Hukum-Lt5d821087a18e6/](https://www.hukumonline.com/berita/a/tak-ada-kewajiban-label-halal-permendag-29-2019-dinilai-cacat-hukum-lt5d821087a18e6/)

LAMPIRAN

Lampiran 1

DOKUMENTASI



Lampiran 2

KUESIONER PENELITIAN

Analisi Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberlanjutan UMKM Disektor Makanan Halal

Kepada Yth.

Bapak/Ibu Pemilik/Manajer UMKM

Dengan hormat,

Assalamu`alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Bersama ini saya:

Nama : Rizka Aldira Marpaung

NPM : 2101280090

Semester : VII

Fakultas : Agama Islam

Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah

Mahasiswa yang sedang melakukan penelitian tentang “**Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberlanjutan UMKM Disektor Makanan Halal**”. Tujuan penelitian ini adalah untuk Untuk mengetahui apakah akses keuangan, strageti pemasran dan kepatuhan halal berpengaruh terhadap keberlanjutan UMKM makanan halal.

Saya mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk mengisi kuesioner ini dengan jujur dan sesuai dengan kondisi usaha yang dijalankan. Jawaban yang diberikan akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan akademik.

Atas perhatian dan partisipasinya, saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu`alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Hormat saya,



Rizka Aldira Marpaung
2101280090

Analisi Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberlanjutan UMKM Disektor Makanan Halal

Petunjuk Pengisian:

Berikan tanda (√) pada jawaban yang sesuai dengan pendapat Anda.

- STS (Sangat Tidak Setuju) Skor Penilaian 1
- TS (Tidak Setuju) Skor Penilaian 2
- Netral (N) Skor Penilaian 3
- S (Setuju) Skor Penilaian 4
- SS (Sangat Setuju) Skor Penilaian 5

Bagian 1: Data Demografi Responden

Silakan isi informasi berikut dengan memberikan tanda (√) pada jawaban yang sesuai.

1. **Umur** :
2. **Jenis Kelamin** :
 - Laki-laki
 - Perempuan
3. **Pendidikan Terakhir** :
 - SD
 - SMP
 - SMA
 - Diploma/Sarjana
 - Lainnya, sebutkan:
4. **Posisi dalam Usaha** :
 - Pemilik Usaha
 - Manajer Keuangan
 - Karyawan
5. **Nama Usaha** :
6. **Jenis Usaha** :
 - Mikro
 - Kecil
 - Menengah
7. **Lama Usaha Berjalan** :
 - < 1 Tahun
 - 1-3 Tahun
 - 4-6 Tahun

> 6 Tahun

8. Pengalaman Berwirausaha

< 3 Tahun

> 3 Tahun

9. Pernah Mengikuti Pelatihan kewirausahaan?

Pernah

Tidak Pernah

10. Omzet Usaha per Tahun:

< Rp10 juta

Rp10-50 juta

Rp50-100 juta

> Rp100 juta

11. Sumber Modal :

Modal Sendiri

Pinjaman Keluarga

Kredit Usaha Rakyat (KUR)

Pinjaman Bank/Lembaga Keuangan

Lainnya, sebutkan:

Bagian 2: Akses Keuangan (X1)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
Indikator Tingkat Literasi Keuangan Pelaku UMKM						
1	Saya memahami cara menyusun laporan keuangan bulanan untuk usaha saya.					
2	Saya dapat mengidentifikasi sumber-sumber risiko finansial yang mungkin dihadapi usaha saya.					
3	Saya memahami konsep dasar keuangan.					
Indikator Ketersediaan Produk Pembiayaan Syariah						

1	Saya mengetahui lembaga yang menawarkan produk pembiayaan syariah untuk UMKM.					
2	Saya pernah mengajukan permohonan untuk pembiayaan syariah dan mendapatkan persetujuan.					
3	Proses pengajuan pembiayaan syariah yang saya lakukan relatif cepat.					
4	Saya merasa produk pembiayaan syariah sesuai dengan kebutuhan usaha saya.					
Indikator Persentase Pinjaman Yang Diberikan Kepada UMKM halal						
1	Saya mengetahui bahwa 30% dari pinjaman yang diberikan lembaga keuangan ditujukan untuk UMKM halal.					
2	Saya merasa pinjaman untuk UMKM halal lebih mudah didapatkan dibandingkan pinjaman konvensional.					
3	Saya percaya pinjaman untuk UMKM halal tidak memberatkan dalam hal bunga. inovasi produk yang sesuai dengan kebutuhan pasar.					
4	Saya melihat adanya peningkatan jumlah UMKM yang mendapatkan pinjaman halal di sekitar saya.					
Indikator Jumlah Lembaga Keuangan Yang Menyediakan Pembiayaan						
1	Saya merasa layanan lembaga keuangan mudah diakses baik secara fisik maupun online.					
2	Terdapat banyak lembaga keuangan yang menyediakan pembiayaan.					
3	Lembaga keuangan menyediakan produk yang sesuai kebutuhan.					
4	Lembaga keuangan yang saya pilih memiliki reputasi baik di kalangan pelaku UMKM.					

Bagian 3: Strategi Pemasaran (X2)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
Indikator Product (produk)						
1	Produk yang saya tawarkan dikembangkan berdasarkan kebutuhan spesifik konsumen di pasar.					

2	Saya mendapatkan umpan balik langsung dari pelanggan untuk meningkatkan produk saya.					
3	Saya memiliki keunikan tertentu dalam produk yang membedakannya dari pesaing.					
Indikator <i>Price</i> (harga)						
1	Saya menetapkan harga produk saya setelah mempertimbangkan harga pesaing.					
2	Saya sering melakukan riset pasar untuk menentukan harga yang kompetitif.					
3	Saya menawarkan diskon atau promo untuk menarik pelanggan baru.					
4	Saya percaya harga produk saya mencerminkan kualitas dan nilai yang ditawarkan.					
Indikator <i>Place</i> (tempat)						
1	Saya menjual produk di lokasi strategis yang mudah diakses oleh konsumen.					
2	Saya menggunakan media sosial untuk mempromosikan lokasi penjualan saya.					
3	Saya menjaga hubungan baik dengan distributor untuk memastikan produk selalu tersedia.					
4	Produk saya tersedia di berbagai platform e-commerce yang populer.					
Indikator <i>Promotion</i> (promosi)						
1	Saya berpartisipasi dalam pameran atau bazar untuk meningkatkan visibilitas produk.					
2	Saya menggunakan testimoni pelanggan dalam materi promosi saya.					
3	Saya menggunakan berbagai media untuk promosi produk.					
4	Saya mendapatkan hasil positif dari strategi promosi.					

Bagian 4: Kepatuhan Halal (X3)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
Indikator Sertifikasi Halal						
1	Saya memiliki sertifikasi halal yang diakui oleh lembaga resmi.					
2	Proses untuk mendapatkan sertifikasi halal bagi produk saya jelas dan transparan.					
3	Sertifikasi halal membantu meningkatkan kepercayaan pelanggan pada produk saya.					
Indikator Kepatuhan Terhadap Proses Produksi						
1	Saya mengikuti semua prosedur yang ditetapkan untuk proses produksi halal.					
2	Saya memastikan semua peralatan yang digunakan dalam produksi bersih dan halal.					
3	Saya melatih karyawan untuk memahami pentingnya kepatuhan terhadap proses produksi halal.					
Indikator Transparansi Informasi						
1	Saya terbuka terhadap pertanyaan konsumen mengenai kehalalan.					
2	Saya menyediakan informasi yang jelas tentang komposisi produk di label.					
3	Konsumen mudah mengakses informasi mengenai kehalalan produk saya.					
Indikator Penerapan Sistem Jaminan Produk Halal						
1	Saya memiliki prosedur yang jelas untuk memastikan semua bahan baku adalah halal.					
2	Saya memiliki dokumentasi yang lengkap untuk setiap produk yang dipasarkan.					
3	Saya melibatkan karyawan dalam pelatihan terkait jaminan produk halal.					
Indikator Kepatuhan Hukum						
1	Saya mengikuti semua prosedur hukum dalam pengajuan sertifikasi halal.					
2	Saya memahami undang-undang dan peraturan yang mengatur produk halal di negara ini.					
3	Saya terlibat dalam kegiatan yang mendukung kepatuhan hukum dalam jualan saya.					

Bagian 5 : Keberlanjutan UMKM (Y)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
Indikator Inovasi produk						

1	Saya melakukan riset untuk mengidentifikasi kebutuhan pasar yang belum terpenuhi.					
2	Saya selalu mencari umpan balik dari pelanggan untuk meningkatkan produk.					
3	Inovasi produk saya berfokus pada keberlanjutan dan ramah lingkungan.					
Indikator Sertifikasi halal						
1	Sertifikasi halal sangat penting untuk reputasi usaha saya.					
2	Saya berinvestasi dalam pelatihan untuk memastikan karyawan memahami pentingnya sertifikasi halal.					
3	Saya mendukung program-program yang mempromosikan sertifikasi halal di komunitas saya.					
4	Saya selalu memperbarui pengetahuan saya tentang regulasi sertifikasi halal.					
Indikator Penggunaan Teknologi Digital						
1	Saya menggunakan media sosial untuk mempromosikan produk dan interaksi dengan pelanggan.					
2	Saya memanfaatkan e-commerce untuk menjual produk secara online.					
3	Saya mengikuti pelatihan tentang teknologi terbaru untuk mendukung usaha saya.					
4	Saya menggunakan aplikasi manajemen untuk mengelola inventaris dan penjualan.					
Indikator Akses pasar						
1	Saya menggunakan teknologi digital untuk menjangkau pelanggan yang lebih luas.					
2	Saya menjalin kemitraan dengan distributor untuk meningkatkan akses pasar.					
3	Saya mengikuti tren pasar untuk memastikan produk saya tetap relevan.					

4	Saya aktif dalam jaringan pemasaran untuk memperluas akses pasar					
---	--	--	--	--	--	--



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No.89/SK/BAN-PT/Akre/PT/III/2019
Pusat Administrasi : Jalan Kapten Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp (061) 6622400 Fax. (061) 6623474, 6631003
http://fai.umsu.ac.id | fai@umsu.ac.id | [umsumedan](https://www.facebook.com/umsumedan) | [umsumedan](https://www.instagram.com/umsumedan) | [umsumedan](https://www.youtube.com/umsumedan)

Umu...
Namus...
Namus...

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Hal : Permohonan Persetujuan Judul
Kepada Yth :
Dekan FAI UMSU

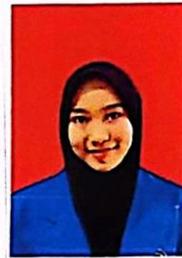
7 Jumadil Akhir 1446 H
9 Desember 2024 M

Di -
Tempat

Dengan Hormat ;

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

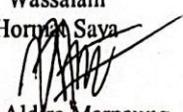
Nama : Rizka Aldira Marpaung
NPM : 2101280090
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Kredit Kumalatif : 3,80



Mengajukan Judul sebagai berikut:

No	Pilihan Judul	Pilihan Tugas Akhir		Persetujuan Prodi	Usulan Pembimbing	Persetujuan Dekan
		Skripsi	Jurnal			
1	Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keberlanjutan UMKM disektor makanan halal			12/12-2024 Anasri	Dr. R. R. Pradisa 12/12	
2	Pengaruh edukasi keuangan syariah terhadap tingkat literasi dan partisipasi investasi di pasar modal syariah					
3	Analisis pengaruh media sosial terhadap keputusan investasi diproduk keuangan syariah dikalangan generasi Z					

Demikian Permohonan ini saya sampaikan dan untuk pemeriksaan selanjutnya saya ucapkan terima kasih.

Wassalam
Hormat Saya

Rizka Aldira Marpaung



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya
Dito menaruh surat ini agar disebutkan
Nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/AK.KP/PT/XI/2022
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 66224567 - 6631003
http://fai@umsu.ac.id | fai@umsu.ac.id | umsumedan | umsumedan | umsumedan | umsumedan



BERITA ACARA BIMBINGAN PROPOSAL

Nama Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Jenjang : S1 (Strata Satu)

Ketua Program Studi : Dr. Isra Hayati, M.Si
Dosen Pembimbing : Dr. Riyan Pradesyah, SE.Sy., M.E.I

Nama Mahasiswa : Rizka Aldira Marpaung
NPM : 21012800890
Semester : VII
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul Proposal : Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberlanjutan UMKM Disektor Makanan Halal

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
07-01-2025	- Parbaikan latar dan waktu penelitian yang akan digunakan - Parbaikan bentuk penulisan sampel penelitian yang digunakan	pt	
09-01-2025	- Parbaikan sampel penelitian yang digunakan - masukan skema pedoman analisis penelitian yang akan digunakan	pt	

Diketahui/Disetujui
Ketua Program Studi
Assoc. Prof. Dr. Muhammad Qorib, MA

Diketahui/ Disetujui
Ketua Program Studi
Dr. Isra Hayati, M.Si

Medan, 13-1-2025
Pembimbing Proposal
Dr. Riyan Pradesyah, SE.Sy., M.E.I



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan Nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/Ak.KP/PT/XI/2022
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 66224567 - 6631003
<http://fai@umsu.ac.id> fai@umsu.ac.id [umsu](https://www.facebook.com/umsu) [umsu](https://www.instagram.com/umsu) [umsu](https://www.twitter.com/umsu) [umsu](https://www.youtube.com/umsu)



BERITA ACARA BIMBINGAN PROPOSAL

Nama Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Jenjang : S1 (Strata Satu)

Ketua Program Studi : Dr. Isra Hayati, M.Si
Dosen Pembimbing : Dr. Riyan Pradesyah, SE.Sy., M.E.I

Nama Mahasiswa : Rizka Aldira Marpaung
NPM : 21012800890
Semester : VII
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul Proposal : Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberlanjutan UMKM Disektor Makanan Halal

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
09-01-2025	- perbaiki dan alurkan variabel yang digunakan dalam penelitian yang digunakan - munculkan indikator penelitian yang digunakan	ph	
08-01-2025	- alurkan perbedaan penelitian yang dilakukan dengan penelitian yang akan dilakukan - perbaiki kerangka penelitian yang digunakan	ph	

Diketahui/Disetujui
Dekan

Assoc. Prof. Dr. Muhammad Qorib, MA

Medan, 13-1-2025
Pembimbing Proposal
Diketahui/ Disetujui
Ketua Program Studi

Dr. Isra Hayati, M.Si
Dr. Riyan Pradesyah, SE.Sy., M.E.I



SEKELAH PERKEMBANGAN TINGKAT PENELITIAN & PENGEMBANGAN PEMIMPIN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU
 Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Alamat: Komplek Gedung Kelembagaan Kemahmadian Jalan Gajah Putih No. 100 UNKBAN PT/A&KP/PT/UE/2022
 Pusat Administrasi: Jalan Mulkiyah Buntu No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 66224567 - 6631003
<http://fai@umsu.ac.id> fai@umsu.ac.id [umsmedan](https://www.facebook.com/umsmedan) [umsmedan](https://www.instagram.com/umsmedan) [umsmedan](https://www.youtube.com/umsmedan) [umsmedan](https://www.tiktok.com/umsmedan)



BERITA ACARA BIMBINGAN PROPOSAL

Nama Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan
 Fakultas : Agama Islam
 Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
 Jenjang : S1 (Strata Satu)

Ketua Program Studi : Dr. Isra Hayati, M.Si
 Dosen Pembimbing : Dr. Riyan Pradesyah, SE.Sy., M.E.I

Nama Mahasiswa : Rizka Aldira Marpaung
 NPM : 21012800890
 Semester : VII
 Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
 Judul Proposal : Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberlanjutan UMKM Disektor Makanan Halal

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
16-12-2024	- Permasalah dan penelitian harus dijabarkan dan diuraikan - Rumusan masalah dibuat sesuai dengan variabel yang diuraikan dalam pendit	pk	
31-12-2024	- Spesifikasi variabel yang diuraikan dalam pendit - Rumusan dan Tujan penelitian harus sesuai	pk	

Diketahui/Disetujui

 Assoc. Prof. Dr. Muhammad Qorib, MA
 FAKULTAS AGAMA ISLAM

Medan, 13 - 1 - 2025
 Pembimbing Proposal
 Diketahui/ Disetujui
 Ketua Program Studi

 Dr. Isra Hayati, M.Si

 Dr. Riyan Pradesyah, SE.Sy., M.E.I



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

Dit. menjawab surat ini agar disebutkan
Nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/Ak.KP/PT/XI/2022
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 66224567 - 6631003
http://fai@umsu.ac.id | M | fai@umsu.ac.id | f | umsumedan | i | umsumedan | t | umsumedan | y | umsumedan

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

BERITA ACARA BIMBINGAN PROPOSAL

Nama Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Jenjang : S1 (Strata Satu)

Ketua Program Studi : Dr. Isra Hayati, M.Si
Dosen Pembimbing : Dr. Riyan Pradesyah, SE.Sy., M.E.I

Nama Mahasiswa : Rizka Aldira Marpaung
NPM : 21012800890
Semester : VII
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul Proposal : Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberlanjutan UMKM
Disektor Makanan Halal

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
11-01-2025	- Menuliskan latar belakang penelitian dan tujuan penelitian. - perbaiki rumus hitung yang digunakan dalam penelitian	ph	
13-01-2025	Per proposal penelitian	ph	


Disetujui
Dekan
Ass. Dekan
Dr. Muhammad Qorib, MA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

Diketahui/ Disetujui
Ketua Program Studi


Dr. Isra Hayati, M.Si

Medan, 13-1-2025
Pembimbing Proposal


Dr. Riyan Pradesyah, SE.Sy., M.E.I



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Terakreditasi A Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No.89/SK/BAN-PT/Akre/PT/III/2019
 Pusat Administrasi : Jalan Kapten Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp (061) 6622400 Fax. (061) 6623474, 6631003
 http://fai.umsu.ac.i | fai@umsu.ac.id | umsumedan | umsumedan | umsumedan

Dika menjabar surat ini agar disebarkan
 Nomor dan tanggalnya

BERITA ACARA PENILAIAN SEMINAR PROPOSAL PROGRAM STUDI
MANAJEMEN BISNIS SYARIAH

Pada hari **Rabu, 5 Februari 2025** telah diselenggarakan Seminar Program Studi Manajemen Bisnis Syari'ah dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Rizka Aldira Marpaung
 Npm : 2101280090
 Semester : VIII
 Fakultas : Agama Islam
 Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
 Judul Proposal : Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keberlanjutan UMKM Disektor Makanan Halal

Disetujui/ Tidak disetujui

Item	Komentar
Judul	
Bab I	
Bab II	<i>Tambahkan atau dibuat persamaan dan perbedaan secara umum dengan penelitian terdahulu</i>
Bab III	
Lainnya	<i>Tambahkan sitasi minimal 5 dosen UMSU</i>
Kesimpulan	Lulus <input checked="" type="checkbox"/> Tidak Lulus <input type="checkbox"/>

Medan, 5 Februari 2025

Tim Seminar

Ketua

Dr. Isra Hayati, M.Si

Sekretaris

Syahrul Amsari, S.E.Sy., M.Si

Pembimbing

Dr. Riyan Pradesyah, M.E.I

Pembahas

Syahrul Amsari, S.E.Sy., M.Si



MAGAZINE PENGEMBANGAN TEKNOLOGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PEMIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Terakreditasi : Badan Nasional Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 89/SK.BAN-PT/Akred/PT/III/2019

Pusat Administrasi: Jalan Mulkenar Besri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 66224567 - 6631003

<http://fai@umsu.ac.id> fai@umsu.ac.id [umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#)



Pengesahan Proposal

Berdasarkan Hasil Seminar Proposal Program Studi Manajemen Bisnis Syariah yang diselenggarakan pada Hari Rabu, 5 Februari 2025 dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Rizka Aldira Marpaung
Npm : 2101280090
Semester : VIII
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul Proposal : Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kebelanjutan UMKM Disektor Makanan Halal

Proposal dinyatakan sah dan memenuhi syarat untuk menulis Artikel dengan Pembimbing.

Medan, 5 Februari 2025

Tim Seminar

Ketua Program Studi

Dr. Isra Hayati, M.Si

Sekretaris Program Studi

Syahrul Amsari, S.E.Sy., M.Si

Pembimbing

Dr. Riyan Pradesyah, M.E.I

Pembahas

Syahrul Amsari, S.E.Sy., M.Si

Diketahui/ Disetujui

A.n Dekan

Wakil Dekan I



Anda. Prof. Dr. Zailani, MA



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

Bila menuliskan surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 174/SK/BAN-PT/Ak.Pp/PT/III/2024

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003

<https://fal.umsu.ac.id> fa@umsu.ac.id [umsu.ac.id](#) [umsu.ac.id](#) [umsu.ac.id](#) [umsu.ac.id](#)

Nomor : 101/II.3/UMSU-01/F/2024
Lamp : -
Hal : Izin Riset

06 Syaban 1446 H
05 Februari 2025 M

Kepada Yth :
UMKM Disektor Makanan Halal
di-

Tempat.

Assalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh

Dengan hormat, dalam rangka penyusunan skripsi mahasiswa guna memperoleh gelar sarjana S1 di Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (FAI UMSU) Medan, maka kami mohon bantuan Bapak/Ibu untuk memberikan informasi data dan fasilitas seperlunya kepada mahasiswa kami yang mengadakan penelitian/riset dan pengumpulan data dengan :

Nama : Rizka Aldira Marpaung
NPM : 2101280090
Semester : VII
Fakultas : Agama Islam
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Judul Skripsi : Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberlanjutan UMKM Disektor Makanan Halal

Demikianlah hal ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama yang baik kami ucapkan terima kasih. Semoga Allah meridhoi segala amal yang telah kita perbuat. Amin.

Wassalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh


Dekan

Prof. Dr. Muhammad Qorib, MA
NIDN : 0103067503

CC. File



JAJANAN MAS Son-Di

- Jasuke
- Sostel
- Telur Gulung



Rasanya Sampai Kehati

Medan, 19 Maret 2025

Hal : Balasan

Kepada Yth
Pimpinan Fakultas Agama Islam
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
di Tempat

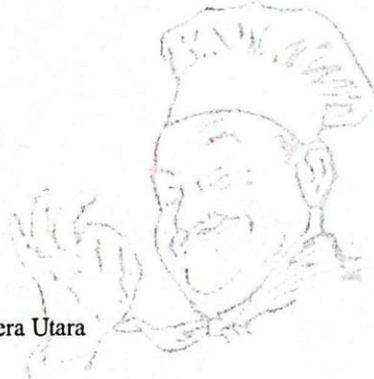
Dengan Hormat,

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : SONI HARSONO
Jabatan : Pemilik

Menerangkan bahwa :

Nama : RIZKA ALDIRA MARPAUNG
NPM : 2101280090
Jurusan : Manajemen Bisnis Syariah
Fakultas : Agama Islam
Kampus : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara



Benar telah selesai melaksanakan penelitian di tempat usaha kami Jajanan Mas Son-Di dengan judul penelitian : "Faktor-faktor yang mempengaruhi keberlanjutan UMKM disektor makanan halal".

Demikian surat ini kami sampaikan dan dapat dipergunakan sebagaimana mestinya atas kerja samanya kami mengucapkan terima kasih.

Hormat Kami
Pemilik

Soni Harsono

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



I. IDENTITAS PRIBADI

Nama : Rizka Aldira Marpaung
Tempat/ Tanggal Lahir : Aek Songsongan, 20 Juni 2003
Alamat : Aek Songsongan Dusun V, Kab. Asahan
Email : diramarpaung6@gmail.com
Nomor Telepon : 082272348025

II. PENDIDIKAN FORMAL

1. SD Negeri 010133 Awk Songsongan, Tahun 2009-2015
2. SMP N 1 Bandar Pulau, Tahun 2015-2018
3. SMK Taruna Tekno Nusantara Medan, Tahun 2018-2021
4. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Fakultas Agama Islam, Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Tahun 2021-2025.

III. PENGALAMAN ORGANISASI

1. Himpunan Mahasiswa Jurusan (HMJ-MBS) UMSU [Kader - 2022]
2. KSEI IEC UMSU [Menteri Infokom - 2022]
3. Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Perkebunan Maryke, Kecamatan Kutambaru 2024

IV. PENGALAMAN PENELITIAN DAN PUBLIKASI

1. Artikel Jurnal: "Optimalisasi Sumber Daya Lokal Melalui Literasi Ekonomi : Kunci Peningkatan Kesejahteraan di Desa Perkebunan Maryke"
2. Artikel Jurnal: "Peranan Lembaga Keuangan Non-Bank Syariah Dalam Meningkatkan Akses Keuangan Mikro Di Indonesia"

3. Skripsi: "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberlanjutan UMKM Disektor Makanan Halal".

VI. KETERAMPILAN

- Digital Marketing
- Content Marketing

VII. USAHA DAN KEWIRAUSAHAAN

1. Rumah Kreatif

Demikian daftar riwayat hidup ini dibuat dengan sebenarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Medan, 21 Maret 2025



Rizka Aldira Marpaung