[*http://doi.org/10.22373/jose.v4i2.3219*](http://doi.org/10.22373/jose.v4i2.3219)

*Received: 9 Agustus 2023, Revision: 27 September 2023, Accepted: 2 Oktober 2023.*

*E-ISSN: 2774-3543; P-ISSN: 2774-3551,*

*Copyright @2023. Published by Program Studi Ekonomi Syariah Pascasarjana UIN Ar-Raniry*

**TREN HALALICIOUS DI UMKM MAKAN DAN MINUM: STUDI MINAT BELI KONSUMEN DI KOTA JAMBI**

**Imtiyaz Amani 1**

Magister Ekonomi Syariah, Universitas Islam Negri Sunan Kalijaga, Yogyakarta

**M. Wakhid Musthofa 2**

Matematika, Universitas Islam Negri Sunan Kalijaga, Yogyakarta

E-mail: **1**imtiyazamani18@gmail.com , **2**muhammad.musthofa@uin-suka.ac.id

**ABSTRACT:**

Indonesia is the country with the largest Muslim population, reaching 237.55 million people. In line with the ever-increasing Muslim population in Jambi City, this also drives up the demand for halal products, especially halal food and beverage products which are the primary needs of Muslims. Therefore, this research aims to examine the influence of halal certification, production processes and raw materials on consumer purchasing interest in Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) food and beverage products. In this research, MSMEs are considered to be very potential research objects because they are a business sector that improves the economic life of the people in the city of Jambi. This research uses quantitative methods using a descriptive approach. The analytical tool used in this research is the Multiple Linear Regression model by taking 100 respondents with data processing using Eviews 10 software. The results of this research prove that halal certification and the production process have a significant influence on consumer buying interest in food and beverage products. Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs). Meanwhile, separately, only the raw materials sector variable was not significant. Therefore, MSMEs operating in the food and beverage sector must obtain halal certification, pay attention to the production process and raw materials to increase consumers' purchasing power for their products.

***Keywords: Halal Certification, Buying Interest, Food and Beverages, UMKM.***

**ABSTRAK:**

Indonesia merupakan negara dengan penduduk muslim terbanyak mencapai 237,55 juta jiwa. Sejalan dengan penduduk muslim di Kota Jambi yang selalu meningkat, hal ini juga mendorong laju permintaan produk halal khususnya pada produk makanan dan minuman halal yang menjadi kebutuhan primer umat muslim. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh sertifikasi halal, proses produksi dan bahan baku terhadap minat beli konsumen atas produk makanan dan minuman Uasaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Dalam penelitian ini UMKM dirasa menjadi objek penelitian yang sangat potensial karena merupakan sektor usaha yang meningkatkan kehidupan ekonomi masyarakat di kota Jambi. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif. Adapun alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah model Regresi Linier Berganda dengan mengambil 100 responden dengan olah data menggunakan perangkat lunak Eviews 10. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa sertifikasi halal dan proses produksi memberikan pengaruh yang signifikan terhadap minat beli konsumen atas produk makanan dan minuman Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Sedangkan secara terpisah hanya variabel sektor bahan baku yang tidak signifikan. Maka dari itu pelaku UMKM yang bergerak di sektor makanan dan minuman harus memperoleh sertifikasi halal, memperhatikan proses produksi dan bahan bakunya untuk meningkatkan daya beli konsumen atas produknya.

***Kata kunci: Sertifikasi Halal, Minat Beli, Makanan dan Minuman, UMKM/.***

**INTRODUCTION**

Secara global populasi muslim di Indonesia selalu meningkat. Hal ini sejalan dengan perkembangan keinginan dan permintaan akan produk halal yang semakin meningkat juga. Khususnya pada sektor makanan dan minuman yang halal karena itu merupakan kegiatan konsumsi seseorang muslim yang tidak akan pernah punah. Menurut data *Global Islamic Economy* populasi muslim saat ini bisa diperkirakan akan meningkat dari 1,6 miliar pada tahun 2020 sekitar 35% dalam kurun waktu 20 tahun ke depan dan akan naik lagi di tahun 2030 menjadi 2,2 miliar.

Grafik 1. Muslim as a Share World Population, 1990-2030.



*Sumber: Paw Forum on Religion & Public 2020*

Perindustrian makanan dan minuman halal inilah yang mencuri perhatian negara-negara yang mayoritas penduduknya muslim, khususnya di Indonesia. Indonesia menjadi salah satu negara yang memiliki populasi muslim terbesar di dunia. Bagi penduduk muslim di Indonesia kehalalan pada sektor produk makanan dan minuman menjadi hal yang sangat kursial karena diperintahkan langsung pada surat Al Baqoroh:168-169. Terlebih lagi pada sektor makanan dan minuman halal yang tak terlepas dari kegiatan konsumsi seorang muslim karena merupakan kebutuhan primer yang harus senantiasa terpenuhi. Bahkan dalam perspektif Islam sertifikasi halal dapat membantu mewujudkan prinsip keadilan dalam ekonomi. Dengan memastikan bahwa produk dan pelayanan yang dinyatakan halal memenuhi syarat syarat agama, dan komsumen muslim dapat bertransakasi dengan keyakinan bahwa produk yang mereka beli sesuai dengan prinsip prinsip Islam.

Provinsi Jambi terletak di Pulau Sumatera, ibu kotanya berada di Kota Jambi dan memiliki wilayah seluas 50.058 kilometer persegi. Dalam segi administratif, Jambi terdiri dari 9 kabupaten dan 2 kota yang terbagi menjadi 141 kecamatan, 1.399 desa, dan 163 kelurahan. Presentasi populasi di kota Jambi berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) sebanyak 3,56 juta jiwa pada Juni 2022. Dari jumlah tersebut, 3,38 juta jiwa atau 95,07% penduduk di provinsi tersebut memeluk agama Islam. Di kota Jambi para pelaku UMKM mengalami perkembangan sosial yang begitu cepat sehingga menyebabkan perubahan dalam jenis dan bentuk makanan serta pola makanan konsumen. Perubahan yang terjadi ini karena gaya hidup yang semakin meningkat dengan menerapkan *halal life style, halal food* dan lain sebagainya.[[1]](#footnote-1)

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang telah melakukan peneltian tentang faktor-faktor yang dapat mempengaruhui minat beli konsumen atas produk makanan dan minuman Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM), diantaranya penelitian yang dilakukan oleh Tamara (2022) dengan judul" *Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Produk Makanan Halal (Studi Pada Mahasiswa Muslim Institut Teknologi Sumatera* hasil penelitian menunjukkan bahwa sertifikasi halal memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap minat beli produk makanan halal oleh mahasiswa Muslim di Institut Teknologi Sumatera. Selain itu, kesadaran halal juga memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap minat beli produk makanan halal. Namun, jenis bahan makanan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli produk makanan halal.Dan penelitian yang dilakukan oleh Aditi dan Bunga (2022) yang berjudul *"Analisis Pengaruh Inovasi Produk, Harga dan Sertifikasi Halal terhadap minat beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen UMKM dikota Medan.*Hasil analisis menunjukkan bahwa inovasi produk memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumen. Harga juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumen, tetapi pengaruhnya lebih rendah dibandingkan dengan inovasi produk. Selain itu, sertifikasi halal juga ditemukan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumen. Selanjutnya, tingkat kepuasan konsumen secara positif mempengaruhi minat beli ulang.

Dengan adanya peningkatan produk halal maka akan ada kesadaran minat konseman dalam mengonsumsi makanan dan minuman bersertifikasi halal. Konsumen biasanya cenderung menginginkan efesiensi dalam mengonsumsi makanan dan minuman yang mereka inginkan. Misalnya dari proses produksinya bagaimana dan bahan baku makanan tersebut terbuat dari apa sehingga dapat memungkinkan produk tersebut berubah dari halal menjadi tidak halal. Berdasarkan penjelasan diatas maka penulis mencoba menganalisis faktor-faktor yang dapat mempengaruhui minat beli konsumen atas produk makanan dan minuman Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM), dengan variabel pendukung yaitu sertifikasi halal, proses produksi dan bahan baku.

**LANDASAN TEORI**

**Konsep Halal**

Dalam ajaran agama Islam sesuatu yang halal menjadi persoalan yang sangat penting karena setiap muslim yang mengonsumsi makanan dan minuman sangat dituntut untuk memastikan terlebih dahulu kehalalannya [[2]](#footnote-2). Halal secara etimologis berarti di izinkan atau boleh sedangkan menurut terminologisnya, ialah kegiatan yang dikerjakan secara halal dilakukan harus sesuai dengan syariat dalam Islam. Sebagai seorang muslim menjauhi sesuatu yang dilarang lalu ia mengonsumsi makanan dan minuman halal maka kewajiban ia sebagai seorang muslim sudah terpenuhi.[[3]](#footnote-3) Dapat disimpulkan dari penjelasan diatas bahwa halal merupakan konsep yang baik untuk dikonsumsi yang sudah diatur ketetapannya dalam syariat Islam. Halal hukumnya bersifat boleh digunakan, boleh di manfaatkan. Dan untuk menjadi rujukan dalam mengonsumsi makanan dan minuman yang halal dalam Islam, umat muslim harus berpedoman pada Al- Quran dan hadist.

**Sertfikasi Halal**

Sertifikasi halal adalah kehalalan terhadap produk tersebut tergantung pada terpenuhinya atau tidaknya sertifikasi halal tersebut.[[4]](#footnote-4) Sertfikasi halal menjadi hal yang paling diutamakan bagi pelaku usaha sehingga menarik minat beli konsumen terhadap produk makanan dan minuman yang ditawarkan. Pelaku usaha yang ingin produknya memiliki sertifikasi halal harus melibatkan 3 pihak yang terkait sebagai lembaga pemeriksa halal (LPH) yaitu BPJPH, LPPOM dan MUI [[5]](#footnote-5). Berikut skema proses permohonan sertifikasi halal kerja sama antara BPJPH, LPH dan MUI:

Gambar 1. Skema Permohonan Sertifikasi Halal

****

*Sumber : Kementerian Agama Indonesia*

Berdasarkan skema permohanan sertifikasi halal diatas pelaku usaha wajib melakukan beberapa syarat yaitu sebagai berikut:

1. Produk dan proses produksi tidak beresiko atau dapat dipastikan bahan yang digunakan sudah terbukti kehalalannya.
2. Harus mempunyai Nomor Induk Berusaha (NIB)
3. Tempat, dan alat saat produksi harus beda jauh dari lokasi produk yang tidak halal.
4. Bahan yang digunakan tidak berbahaya atau aman untuk di konsumsi menggunakan bahan berbahaya.
5. Melaporkan jika terjadi perubahan komposisi bahan yang digunakan dalam produk kepada BPJPH.

Pelaku usaha yang telah di verifikasi kehalalannya lalu mendapatkan sertifikasi halal maka ditetapkan masa berlakunya selama empat tahun sejak diterbitkannya sertifikat halal tersebut. Bagi pelaku usaha yang masa berlaku sertifikasi halalnya sudah habis maka di haruskan untuk memperpanjang masa sertifikatnya yaitu dengan minimal waktu pengajuan tiga bulan sebelum tanggal sertifikat tersebut berakhir. [[6]](#footnote-6) Kewenangan MUI Pasca Terbitnya PP No. 31 Tahun 2019 Tentang Peraturan Pelaksanaan UU No. 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal.

**Proses Produksi**

Untuk melewati serrifikasi halal maka para pelaku usaha harus melewati proses produksi yang artinya memanfaatkan suatu barang atau jasa seperti bagaimana tenaga kerja melakukan pekerjaannya dalam memproduksi produk, kemudian kerja mesinnya, bahan baku yang digunakan untuk proses produksi barang serta dana yang di keluarkan lalu dimanfaatkan untuk kebutuhan konsumen.[[7]](#footnote-7)

Dalam konsep halal, ada sebuah sistem yang mengatur dan mengawasi suatu produk yang terjamin kehalalannya yaitu dengan adanya sistem rantai pasok halal. Rantai Pasokan (Supply Chain) adalah kegiatan bertahap yang memiliki keterkaitan pada pelarihan barang dan jasa. Tahapan tahapan tersebut meliputi bahan baku apa saja yang digunakan untuk proses produksi sampai pada tahapan produksi akhir dan produk tersebut aman sampai ketangan konsumen [[8]](#footnote-8) . Untuk seorang muslim sebagai simbolis kepatuhan syariah (syariah compliance) seorang hamba kepada Allah bahwasanya jaminan halal suatu produk tidak hanya memenuhi aspek kehalalannya tetapi dari segi keamanan, kebersiham serta kualitas dari produk tersebut. Oleh karena itu, pentingnya rantai pasokan halal digunakan di Indonesia khusunya bagi pelaku UMKM.

**Bahan Baku**

Bahan baku yang dimaksud adalah bahan untuk proses makanan dan minuman yang digunakan dalam suatu produk halal [[9]](#footnote-9). Di Indonesia dalam penetapan kehalalan produk tidak hanya dilihat dari produk akhir namun harus menelusuri proses produksi awal Bagaimana penyediaan bahan baku hingga produk yang diproduksi jadi. Artinya makanan dan minuman halal salam Islam bukan saja terbebas dari bahan bahannya saja sehingga makanan dan minuman yang dikonsumsi sudah memenuhi unsur keamanan, kesehatan, keselamatan dan kemaslahatan sehingga tercapainya semua proses yang terjadi sesuai dengan aspek aspek yang sudah ada.[[10]](#footnote-10) Di Kota Jambi dalam penetapan kehalalan produk menerapkan bahan baku yang menjadikan tiang bagi pelaku usaha, dalam merancang suatu produk hingga memperolah status karena bahan baku yang digunakan harus sesuai dengan prosedur seperti bahan baku yang diperoleh aman bebas dari najis.

**Minat Beli**

Minat beli adalah kegiatan yang di dapat diperoleh konsumen membeli atau memilih suatu produk.[[11]](#footnote-11) Yang mana jika konsumen mengetahui manfaat yang dapat memenuhi kebutuhan mereka, maka mereka mengingkan produk tersebut. Tahap terjadinya minat bisa dikatakan konsumen menyadari bahwa produk makanan dan minuman muncul karena ada rasa ingin memilikinya.[[12]](#footnote-12) Minat beli konsumen untuk membeli suatu merek yang berhubungan dengan pembelian dapat dipastikan bahwa kinsmen tersebut akan melakukan pembelanjaan.[[13]](#footnote-13)

Dari penjelasan diatas minat beli merupakan perilaku yang ditunjukkan oleh komsumen yang ingin membeli sebuah produk makanan dan minuman halal berdasarkan indikator yang ada. Dapat diketahui bahwa minat beli ini bergantung pada sifat seseorang secara individu yang meyakini dan menilai suatu produk yang mereka minati. Sehingga semakin tinggi tingkat kesesuaian konsumen akan pilihannya dan informasi terkait produk tersebur sudah memenuhi kriteria maka semakin tinggi kemungkinan minat konsumen untuk membeli produk makanan dan minuman hala yang di inginkan.

**Usaha Mikro, Kecil Menengah (UMKM)**

Di Indonesia, UMKM sudah terbukti sangat berperan dalam mengatasi dampat krisis ekonomi sampai akhirnya dapat diatasi. Sebagai contoh pada tahun 1997 yang mana banyak sekali perusahan besar yang mengalami gulung tikar akibat krisis ekonomi. Dengan UMKM dapat mengatasi krisis ekonomi tersebut. Di Kota Jambi UMKM memiliki peran dalam meningkatkan perekonomian. Karena, pembangunan UMKM diharapkan dapat membantu perekonomian masyarakat dan mendapatkan kontribusi dalam meningkatkan perekonomian masayarakat dikota Jambi, Berdasarkan data tahun 2023, jumlah UMKM dikota Jambi sebanyak 10.763 unit. Berdasarkan data jumlah unit usaha di Kota Jambi artinya Kota Jambi memiliki kontribusi yang penting untuk meningkatkan perekonomian daerah.[[14]](#footnote-14)

Perkembangan UMKM terhadap sektor makanan dan minuman halal bagi masyarakat di Kota Jambi saling menguatkan karena memiliki peluang yang besar ditengah semakin bertambahnya jumlah penduduk di Kota Jambi. Sehingga munculnya masalah bagaimana cara meningkatkan kesadaran dan pengetahuan masyarakat muslim khususnya mengenai pentingnya mengonsumsi produk halal agar terjadinya kinerja yang maksimal terhadap UMKM di bidang makanan dan minuman halal.

**Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dengan pendekatan studi deskriptif.Penelitian ini dilakukan dalam kurun waktu satu bulan terhitung sejak bulan April 2023 di wilayah kota Jambi. Sampel penelitian yang diteliti adalah seluruh konsumen makanan dan minuman halal yang ada dikota Jambi, baik seorang pelajar, mahasiswa atau pekerja dengan rentang umur 20 tahun sampai > 30 tahun. Penelitian ini melibatkan sebanyak 100 responden sebagai sampel. Sumber data yang digunakan adalah data primer yang dikumpulkan melalui penggunaan kuesioner sebagai metode pengumpulan data. Skala Likert digunakan sebagai alat pengukuran dalam penelitian ini.

Untuk skala Likert ini memiliki 5 poin yang digunakan untuk analisis kuantitatif yaitu:

Tabel 1. Skala Likert

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Pilihan** | **Nilai** | **Penilaian** |
| STS | 1 | Sangat Tidak Setuju |
| TS | 2 | Tidak Setuju |
| RG | 3 | Ragu-Ragu |
| S | 4 | Setuju |

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Uji Asumsi Klasik**

1. Uji Normalitas

Uji Normalitas ini berfungsi untuk mendapatkan hasil apakah nilai residual pada model regresi ini normal atau tidak maka di uji dengan uji Normalitas Hasil uji Normalitas ini adalah pengujian untuk mengetahui apakah nilai residual pada model regresi normal atau tidak.[[15]](#footnote-15)

Gambar 2. Hasil Uji Normalitas



 Berdasarkan Gambar 2 di atas menunjukkan bahwa bahwa nilai *probability* adalah sebesar 0,912191> 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa residual dari data yang digunakan berdistribusi normal.

1. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas berfungsi untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya kolerasi yang tinggi atau sempurna di setiap variabel independentnya. Jika multikolinieritas antar variabel tinggi maka koefesien regresi variabel independent dapat ditentukan. Artinya nilai koefesien regresi tidak dapat diestimasi dengan tepat (*error*).[[16]](#footnote-16)

Tabel 2. Hasil Analisis Multikolinieritas

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | **Coefficient** | **Uncentered** | **Centered** |
| **Variable** | **Variance** | **VIF** | **VIF** |
| C |  6.960270 |  108.5770 |  NA |
| Sertifikasi Halal |  0.002807 |  37.16898 |  1.078255 |
| Proses Produksi |  0.004904 |  64.66708 |  1.125160 |
| Bahan Baku |  0.001910 |  20.21607 |  1.130762 |

*Sumber: Data Olahan Eviews*

Berdasarkan Tablel 2, hasil uji Multikolinieritas terdapat pada nilai VIF yaitu 1.078255 untuk sertifikasi halal, nilai VIF 1.125160 adalah proses produksi dan untuk nilai VIF pada bahan baku adalah  1.130762. Dari ketiga variabel tersebut tidak ada gejala Multikolineritas karena memiliki nilai >10. Sehingga disimpulkan pada tahapan ini dinyatakan bebas dari multikolinieritas.

1. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas berfungsi untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual 1 variabel ke variabel lainnya [[17]](#footnote-17). Dalam penelitian ini, uji Uji Heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan metode*Breusch-Pagan-Godfrey.*

Tabel 4. Hasil Analisis Uji Heteroskedastisitas

|  |
| --- |
| **Heteroskedasticity Test: Breusch-Pagan-Godfrey** |
| F-statistic | 2.010851 |     Prob. F(3,96) | 0.1176 |
| Obs\*R-squared | 5.912379 |     Prob. Chi-Square(3) | 0.1160 |
| Scaled explained SS | 5.039751 |     Prob. Chi-Square(3) | 0.1689 |

*Sumber: Data Olahan Eviews*

Berdasarkan Tebel 4 Dihasilkan bahwa nilai probabilitinya adalah 0,1160 > 0,05. Sehingga disimpulkan tidak ada gejala Heteroskedastisitas dalam model ini.

**Analisis Regresi Linier Berganda**

Analisis Regresi Linier Berganda berfungsi untuk mengetahui besarnya pengaruh Sertifikasi Halal (X1), Proses Produksi (X2) dan Bahan Baku (X3) terhadap minat beli konsumen (Y) atas Bahan baku makanan dan minuman UMKM.

Tabel 5. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Variable** | **Coefficient** | **Std. Error** | **t-Statistic** | **Prob.** |
| C | 19.30903 | 2.638232 | 7.318927 | 0.0000 |
| Sertifikasi Halal | 0.192303 | 0.052980 | 3.629764 | 0.0005 |
| Proses Produksi | 0.222379 | 0.070029 | 3.175514 | 0.0020 |
| Bahan Baku | 0.035992 | 0.043702 | 0.823587 | 0.4122 |

*Sumber: Data Olahan Eviews*

Hasil estimasi diatas, maka dapat dibuat persamaan regresi sebagai berikut :

**Y = 19.30903+ 0.192303+ 0.222379+ 0.035992**

Berdasarkan Tabel 5. Hasil dari persamaan regresi dapat di interprestasinya sebagai berikut:

1. Nilai koefisien konstanta sebesar 19.30903 memiliki arti bahwa jika variabel sertifikasi halal meningkat 1 unit sehingga minat beli konsumen meningkat sebesar 19.30903.
2. Nilai koefesien Sertifikasi Halal sebesar 0,192303 memiliki arti bahwa jika variabel sertifikasi halal meningkat 1 unit sehingga minat beli konsumen akan meningkat sebesar 0,192303.
3. Nilai koefesien Proses Produksi sebesar 0,222379 memiliki arti bahwa jika variabel Proses Produksi meningkat 1 unit sehingga minat beli konsumen meningkat sebesar 0,222379.
4. Nilai koefesien Bahan Baku sebesar 0,035992 memiliki arti bahwa jika variabel Bahan Baku meningkat 1 unit sehingga minat beli konsumen meningkat sebesar 0,035992.

**Pengujian Hipotesis**

1. Uji Persial (uji t)

Uji t Uji persial atau uji t adalah pengujian yang dilakukan terhadap variabel independentt untuk mengindentifikasi pengaruh yang dihasilkan masing masing variabel independentt. Adapun dalam penelitian ini, penulis hanya memfokuskan pada parameter slope yaitu uji t.

Tabel 6 Hasil Analisis Uji t

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Variable** | **Coefficient** | **Std. Error** | **t-Statistic** | **Prob.** |
| C | 19.30903 | 2.638232 | 7.318927 | 0.0000 |
| Sertifikasi Halal | 0.192303 | 0.052980 | 3.629764 | 0.0005 |
| Proses Produksi | 0.222379 | 0.070029 | 3.175514 | 0.0020 |
| Bahan Baku | 0.035992 | 0.043702 | 0.823587 | 0.4122 |

*Sumber: Data Olahan Eviews*

Berdasarkan Table 6 diperoleh nilai t-hitung sebagai berikut:

1. Pengaruh Sertifikasi Halal (X1) terhadap minat beli konsumen (Y) terhadap produk makanan dan minuman UMKM adalah positif dan signifikan, yang ditunjukkan oleh nilai probabilitas t sebesar 0,0005 < 0,05. (H1 diterima).
2. Pengaruh Proses Produksi (X2) terhadap minat beli konsumen (Y) terhadap produk makanan dan minuman UMKM adalah positif dan signifikan, yang ditunjukkan oleh nilai probabilitas t yang signifikan sebesar 0,0020 < 0,05 . (H2 diterima).
3. Pengaruh bahan Bahan Baku (X3) terhadap minat beli konsumen (Y) terhadap produk makanan dan minuman UMKM adalah tidak positif dan tidak signifikan, yang ditunjukkan oleh nilai probabilitas t yang signifikan.sebesar 0,4122 > 0,05. (H1 ditolak).
4. Uji Simultan (Uji F)

Uji F adalah tahapan uji analisis terhadap model untuk mengetahui apakah model regresi tersebut layak atau tidak.

Tabel 7. Hasil Analisis uji F

|  |  |
| --- | --- |
| **Prob(F-statistic)** | 0.000009 |

*Sumber: Data Olahan Eviews*

Berdasarkan Tabel 7. untuk hasil uji F dengan melihat nilai prob (F-Statistik) adalah sebesar 0.00009 < 0,05. Maka model regresi dalam penelitian ini layak digunakan.

1. Koefesien Determinasi (R2)

Nilai koefesien dapat diukur dengan melihat R-squared atau nilai Adjusted R-squared. Pada penelitian ini penulis mengambil nilai dari Adjusted R-squared karena memiliki lebih dari satu variable.

Tabel 8. Hasil Analisis Koefesien Determinasi

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| R-squared | 0.237183 |     Mean dependent var | 32.15000 |
| Adjusted R-squared | 0.213345 |     S.D. dependent var | 2.854644 |

*Sumber: Data Olahan Eviews*

Berdasarkan Tabel 8 dapat diketahui nilai Adjusted R-squared yaitu 0.213345. Yang dapar di interprestasikan bahwa pengaruh semua variabel bebas terhadap variabel terkait sebesar 21,35%.

**Pengaruh Sertifikasi halal Terhadap minat konsumen atas makanan dan minuman UMKM di Kota Jambi**

Sertifikasi halal sangat penting karena dengan adanya sertifikasi halal pada produk makanan dan minuman memberi ketenangan bagi konsumen. Karena kehalalan suatu produk sudah terjamin keamanan dan kebersihannya. Keinginan konsumen untuk mengonsumsi produk halal tentunya dapat meningkatkan pemikiran dalam proses memili produk dengan memastikan terdapat label halal pada setiap kemasan.[[18]](#footnote-18)

Hasil penelitian yang telah di lakukan, Sertifikasi Halal (X1) berpengaruh positif dan berpengaruh signfikan terhadap minat beli konsumen (Y) atas produk makanan dan minuman UMKM dengan nilai prob t sebesar **0,0005 <** 0,05. (**H1 diterima).** Dapat dilihat dari hasil penelitian diatas bahwasanya kehalalan suatu produk adalah hal yang utama untuk seorang muslim. Karena bagaimanapun suatu produk dapat dipercaya kehalalannya dilihat dari logo halal dalam produk tersebut dan logo halal hanya bisa didapatkan atas persetujuan Majelis Ulama Indonesia (MUI). Tetapi ada beberapa konsumen di kota Jambi yang tidak terlalu mementingkan sertifikasi halal pada suatu produk makanan dan minuman. Namun untuk pihak pelaku usaha tetap harus mengutamakan produk makanan dan minuman yang dijual sudah bersertifikasi halal demi kemaslahatan Bersama.

**Pengaruh Proses Produksi Terhadap minat konsumen atas makanan dan minuman UMKM di kota Jambi**

Untuk mendapatkan sertifikasi halal, maka harus melewati dulu proses produksi untuk melihat apakah produk yang digunakan aman atau tidak, baik untuk keseahatan atau tidak. Untuk melewati proses ini maka harus melaporkan ke BPJH untuk mengetahui apakah produk tersebut lolos sertifikasi halal atau tidak. Bagi para pelaku usaha bersikap transparansi adalah keutamaan agar hak konsumen dapat terpenuhi. Mengonsumsi produk makanan dan minuman halal merupakan yang ditetapkan dalam syariat Islam.[[19]](#footnote-19) Kota Jambi memiliki budaya dan tradisi yang kaya. UMKM yang dapat menggabungkan elemen-elemen tradisional dan keunikan daerah dalam proses produksi. Misalnya, dengan menggunakan rempah-rempah khas daerah atau menjaga cita rasa tradisional dalam makanan dan minuman yang dihasilkan.

UMKM di Kota Jambi dapat meningkatkan minat konsumen dengan melakukan inovasi dalam produk dan kemasan. Inovasi ini dapat memberikan nilai tambah pada produk UMKM dan meningkatkan minat konsumen untuk mencoba dan membeli produk-produk tersebut dengan memperhatikan kualitas, kebersihan, inovasi, dan promosi yang tepat, UMKM di Kota Jambi dapat meningkatkan minat konsumen dan mendukung pertumbuhan bisnis mereka. Dari hasil penelitian Proses produksi (X2) berpengaruh positif dan signfikan terhadap minat beli konsumen (Y) atas produk makanan dan minuman UMKM dengan nilai prob t sebesar 0,0020 < 0,05 . (H2 diterima).

**Pengaruh bahan baku Terhadap minat konsumen atas makanan dan minuman UMKM dikota Jambi**

Dalam konsep kehalalan suatu produk faktor yang paling utama adalah bahan baku. Akan tetapi kehalalan bahan baku yang digunakan pada suatu produk tidak sepenuhnya menjamin. Maka kita harus mengetahui dan melihat komposisi yang tertera pada label suatu produk. Penggunaan bahan baku lokal yang berkualitas merupakan salah satu faktor penting dalam menarik minat konsumen. Di kota Jambi memiliki kekayaan alam yang melimpah, seperti hasil pertanian, perikanan, dan produk-produk lokal lainnya. UMKM yang menggunakan bahan baku lokal yang segar dan berkualitas dapat menciptakan produk yang lebih autentik dan terjaga rasa alaminya, yang dapat meningkatkan minat konsumen untuk mencoba dan membeli produk tersebut.

Bahan baku yang unik dan khas dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen. UMKM di Kota Jambi dapat menggunakan bahan baku lokal yang memiliki karakteristik khas atau memiliki citarasa yang berbeda dari produk sejenis di pasar. Hal ini dapat meningkatkan minat konsumen yang mencari pengalaman kuliner yang unik dan autentik. Namun dalam penelitian ini Bahan baku (X3) berpengaruh tidak positif dan tidak signfikan terhadap minat beli konsumen (Y) atas produk makanan dan minuman UMKM dengan nilai prob t sebesar 0,4122 > 0,05. (H1 ditolak).

Hal ini bisa saja terjadi karena produk makanan dan minuman UMKM di Kota Jambi tidak memberikan informasi yang lengkap dan transparan terkait bahan baku yang digunakan dapat membantu meningkatkan minat konsumen. Padahal UMKM di Kota Jambi dapat memberikan informasi mengenai asal-usul bahan baku, cara pengolahan, dan manfaat kesehatan yang terkait. Konsumen yang lebih teredukasi tentang bahan baku akan lebih cenderung memilih produk yang sesuai dengan preferensi mereka.

**CONCLUSION**

Dari hasil penelitian yang dilakukan, terdapat beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengaruh Sertifikasi halal terhadap minat konsumen atas makanan dan minuman UMKM di Kota Jambi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen. Karena konsumen cenderung mencari produk dengan label halal yang memberikan jaminan keamanan dan kebersihan. Meskipun ada beberapa konsumen di Kota Jambi yang tidak terlalu memprioritaskan sertifikasi halal, pelaku usaha tetap perlu mengutamakan produk halal untuk kepentingan bersama.
2. Pengaruh proses produksi terhadap minat konsumen atas makanan dan minuman UMKM di Kota Jambi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen. Misalnya Transparansi dalam proses produksi penting untuk memastikan produk aman dan memenuhi syarat sertifikasi halal. UMKM di kota Jambi dapat memanfaatkan keunikan budaya dan tradisi lokal dalam proses produksi untuk menarik minat konsumen membeli produk makanan dan minuman halal.
3. Pengaruh Bahan baku terhadap minat konsumen atas makanan dan minuman UMKM di Kota Jambi berpengaruh tidak positif dan tidak signifikan terhadap minat beli konsumen. Hal ini disebabkan Informasi yang kurang jelas dan transparan tentang bahan baku. Maka dari itu untuk meningkatkan minat konsumen maka UMKM di Kota Jambi dapat memberikan informasi mengenai asal-usul bahan baku, cara pengolahan, dan manfaat kesehatan yang terkait secara lebih jelas dan rinci.

**REFERENCES**

Aditya, Tamara. “Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, Dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Produk Makanan Halal (Studi Pada Mahasiswa Muslim Institut Teknologi Sumatera),” 2022.

Baharuddin, Moh. “Problem Sertifikasi Halal Produk Pangan Hewani.” *ASAS* 2, no. 1 (2010).

Chairunnisyah, Sheilla. “Peran Majelis Ulama Indonesia Dalam Menerbitkan Sertifikat Halal Pada Produk Makanan Dan Kosmetika.” *EduTech: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Ilmu Sosial* 3, no. 2 (2017).

Handayani, S, and Ida Martini. “Online Marketing Memoderasi Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Produk Sulam Pita Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Empiris Pada Konsumen Produk Unggulan UMKM Di Semarang).” *Jurnal Ilmiah STIE Dharmaputra Semarang* 1, no. 1 (2017): 71–91.

Hasan, KN Sofyan. “Kepastian Hukum Sertifikasi Dan Labelisasi Halal Produk Pangan.” *Jurnal Dinamika Hukum* 14, no. 2 (2014): 227–38.

Herawati, Herlin, and Dewi Mulyani. “Pengaruh Kualitas Bahan Baku Dan Proses Produksi Terhadap Kualitas Produk Pada UD. Tahu Rosydi Puspan Maron Probolinggo.” *UNEJ E-Proceeding*, 2016, 463–82.

Iltiham, Muhammad Fahmul, and Muhammad Nizar. “Pengaruh Label Halal Majelis Ulama Indonesia (MUI), Harga Pada Oleh-Oleh Makanan Khas Pasuruan Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian.” *Malia: Jurnal Ekonomi Islam* 11, no. 2 (2020): 311–26.

Janie, Dyah Nirmala Arum. “Statistik Deskriptif & Regresi Linier Berganda Dengan SPSS.” *Jurnal, April* 52 (2012).

Konety, Neneng, Chandra Purnama, and Monita Hizma Adilla. “Pemahaman Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Jatinangor Terhadap Kewajiban Sertifikasi Halal Pada Produk Makanan.” *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 1, no. 1 (2018): 31–49.

Mowen, John C, and Michael Minor. “Perilaku Konsumen.” *Jakarta: Erlangga* 90 (2002).

Novia, Aslihatut Dian. “Analisis Perbandingan Uji Autokorelasi Durbin-Watson Dan Breusch-Godfrey,” 2012.

Paramitha, Dhea Kania, and Farida Idayati. “Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba.” *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi (JIRA)* 9, no. 2 (2020).

Putri, Helva Diansyah, Indah Wulan Sari Batubara, and Siti Aisyah. “Analisis Managemen Rantai Pasok Halal Di Indonesia.” *JIKEM: Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen* 2, no. 1 (2022): 2116–25.

Rahmadani, Gema. “Halal Dan Haram Dalam Islam.” *Jurnal Ilmiah Penegakan Hukum* 2, no. 1 (2015): 20–26.

Romsiyatun, Siti. “Pengaruh Sertifikasi Halal Terhadap Minat Beli Mahasiswa UIN KHAS Jember.” *Al-Aflah* 1, no. 2 (2022): 98–107.

Sari, Rizkia Anggita. “Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Corporate Sosial Responsibility Disclosure Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia.” *Nominal: Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen* 1, no. 2 (2012): 124–40.

Tala, Olifia, and Herman Karamoy. “Analisis Profitabilitas Dan Leverage Terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia.” *Accountability* 6, no. 1 (2017): 57–64.

Tamtomo, Hario, and Nor Qomariyah. “Strategi Pengembangan Usaha Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kota Jambi.” *Journal Development* 4, no. 2 (2016): 104–21.

Utami, Hafsah Dewi, M ILHAM TANZILULLOH, and M HI. “Analisis Maslahah Terhadap Fatwa Majelis Ulama (MUI) No. 11 Pasal 5 Tahun 2009 Tentang Hukum Alkohol.” *Skripsi. Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Ponorogo*, 2018.

Widyaningrum, Premi Wahyu. “Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal, Iklan, Dan Celebrity Endorser Terhadap Minat Pembelian Kosmetik Melalui Variabel Persepsi Sebagai Mediasi (Studi Pada Civitas Akademika Universitas Muhammadiyah Ponorogo).” *Capital: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen* 2, no. 2 (2019): 74–97.

1. Tamara Aditya, “Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, Dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Produk Makanan Halal (Studi Pada Mahasiswa Muslim Institut Teknologi Sumatera),” 2022. [↑](#footnote-ref-1)
2. Gema Rahmadani, “Halal Dan Haram Dalam Islam,” *Jurnal Ilmiah Penegakan Hukum* 2, no. 1 (2015): 20–26. [↑](#footnote-ref-2)
3. Moh Baharuddin, “Problem Sertifikasi Halal Produk Pangan Hewani,” *ASAS* 2, no. 1 (2010). [↑](#footnote-ref-3)
4. KN Sofyan Hasan, “Kepastian Hukum Sertifikasi Dan Labelisasi Halal Produk Pangan,” *Jurnal Dinamika Hukum* 14, no. 2 (2014): 227–38. [↑](#footnote-ref-4)
5. Neneng Konety, Chandra Purnama, and Monita Hizma Adilla, “Pemahaman Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Jatinangor Terhadap Kewajiban Sertifikasi Halal Pada Produk Makanan,” *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 1, no. 1 (2018): 31–49. [↑](#footnote-ref-5)
6. Helva Diansyah Putri, Indah Wulan Sari Batubara, and Siti Aisyah, “Analisis Managemen Rantai Pasok Halal Di Indonesia,” *JIKEM: Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen* 2, no. 1 (2022): 2116–25. [↑](#footnote-ref-6)
7. Herlin Herawati and Dewi Mulyani, “Pengaruh Kualitas Bahan Baku Dan Proses Produksi Terhadap Kualitas Produk Pada UD. Tahu Rosydi Puspan Maron Probolinggo,” *UNEJ E-Proceeding*, 2016, 463–82. [↑](#footnote-ref-7)
8. Rahmadani, “Halal Dan Haram Dalam Islam.” [↑](#footnote-ref-8)
9. Sheilla Chairunnisyah, “Peran Majelis Ulama Indonesia Dalam Menerbitkan Sertifikat Halal Pada Produk Makanan Dan Kosmetika,” *EduTech: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Ilmu Sosial* 3, no. 2 (2017). [↑](#footnote-ref-9)
10. Hafsah Dewi Utami, M ILHAM TANZILULLOH, and M HI, “Analisis Maslahah Terhadap Fatwa Majelis Ulama (MUI) No. 11 Pasal 5 Tahun 2009 Tentang Hukum Alkohol,” *Skripsi. Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, Ponorogo*, 2018. [↑](#footnote-ref-10)
11. S Handayani and Ida Martini, “Online Marketing Memoderasi Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Produk Sulam Pita Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Empiris Pada Konsumen Produk Unggulan UMKM Di Semarang),” *Jurnal Ilmiah STIE Dharmaputra Semarang* 1, no. 1 (2017): 71–91. [↑](#footnote-ref-11)
12. Premi Wahyu Widyaningrum, “Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal, Iklan, Dan Celebrity Endorser Terhadap Minat Pembelian Kosmetik Melalui Variabel Persepsi Sebagai Mediasi (Studi Pada Civitas Akademika Universitas Muhammadiyah Ponorogo),” *Capital: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen* 2, no. 2 (2019): 74–97. [↑](#footnote-ref-12)
13. John C Mowen and Michael Minor, “Perilaku Konsumen,” *Jakarta: Erlangga* 90 (2002). [↑](#footnote-ref-13)
14. Hario Tamtomo and Nor Qomariyah, “Strategi Pengembangan Usaha Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kota Jambi,” *Journal Development* 4, no. 2 (2016): 104–21. [↑](#footnote-ref-14)
15. Olifia Tala and Herman Karamoy, “Analisis Profitabilitas Dan Leverage Terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia,” *Accountability* 6, no. 1 (2017): 57–64. [↑](#footnote-ref-15)
16. Dyah Nirmala Arum Janie, “Statistik Deskriptif & Regresi Linier Berganda Dengan SPSS,” *Jurnal, April* 52 (2012). [↑](#footnote-ref-16)
17. Dhea Kania Paramitha and Farida Idayati, “Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba,” *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi (JIRA)* 9, no. 2 (2020). [↑](#footnote-ref-17)
18. Siti Romsiyatun, “Pengaruh Sertifikasi Halal Terhadap Minat Beli Mahasiswa UIN KHAS Jember,” *Al-Aflah* 1, no. 2 (2022): 98–107. [↑](#footnote-ref-18)
19. Muhammad Fahmul Iltiham and Muhammad Nizar, “Pengaruh Label Halal Majelis Ulama Indonesia (MUI), Harga Pada Oleh-Oleh Makanan Khas Pasuruan Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian,” *Malia: Jurnal Ekonomi Islam* 11, no. 2 (2020): 311–26. [↑](#footnote-ref-19)