

**PENGARUH SERTIFIKASI HALAL DAN KESADARAN HALAL
TERHADAP TINGKAT PENJUALAN DAN KEBERKAHAN BISNIS
(Studi Kasus Pelaku Usaha di Purwokerto)**



SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Prof. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto Untuk Memenuhi Salah Satu
Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)**

Oleh:

AHMAD RIFAI

NIM. 1917201014

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
JURUSAN EKONOMI DAN KEUANGAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROF. K. H. SAIFUDDIN ZUHRI
PURWOKERTO**

2023

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ahmad Rifai

NIM : 1917201014

Jenjang : S.1

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Ekonomi dan Keuangan Islam

Program Studi : Ekonomi Syariah

Judul Skripsi : Pengaruh Sertifikasi Halal dan Kesadaran Halal Terhadap Tingkat Penjualan dan Keberkahan Bisnis (Studi Kasus Pada Pelaku Usaha di Purwokerto)

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto, 30 Mei 2023

Saya yang menyatakan

A 1000 Rupiah postage stamp with a signature over it. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text 'REPUBLIK INDONESIA', '1000', 'TEL. 20', 'METERAI TEMPEL', and the serial number '374AAKX467277985'. The signature is in blue ink.

Ahmad Rifai

NIM. 1917201014



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febl.uinsaizu.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**PENGARUH SERTIFIKASI HALAL DAN KESADARAN HALAL
TERHADAP TINGKAT PENJUALAN DAN KEBERKAHAN BISNIS
(STUDI KASUS PADA PELAKU USAHA DI PURWOKERTO)**

Yang disusun oleh Saudara **Ahmad Rifai NIM 1917201014** Program Studi **Ekonomi Syariah** Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Selasa** tanggal **18 Juli 2023** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Penguji


Dewi Lucia Hilyatin, S.E., M.SI
NIP. 19851112 200912 2 007

Sekretaris Sidang/Penguji


H. Kholilur Rahman, Lc., M.A
NIDN. 2016068203

Pembimbing/Penguji


Dani Kusumastuti, S.E., M.Si
NIP. 19750420 200604 2 001

Purwokerto, 25 Juli 2023

Mengetahui/Mengesahkan
Dekan

Dr. H. Jamad Abdul Aziz, M.Ag.
NIDN. 19730921 200212 1 004

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada

Yth: Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

di-

Purwokerto.

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari saudara Ahmad Rifai NIM 1917201014 yang berjudul:

**Pengaruh Sertifikasi Halal dan Kesadaran Halal Terhadap Tingkat Penjualan dan Keberkahan Bisnis
(Studi Kasus Pada Pelaku Usaha di Purwokerto)**

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Syari'ah (S.E.).

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Purwokerto, 30 Mei 2023



Dani Kusumastuti, S.E., M.Si.

NIP. 19750420 200604 001

MOTTO

“Bersabarlah kamu dan kuatkanlah kesabaranmu dan tetaplah bersiap siaga dan bertakwalah kepada Allah SWT supaya kamu menang”

QS Ali Imran: 200



**THE EFFECT OF HALAL CERTIFICATION AND HALAL AWARENESS
ON THE LEVEL OF SALES AND BUSINESS BLESSINGS
(Case Study of Business Actors in Purwokerto)**

Ahmad Rifai
NIM. 1917201014

E-mail: rifai7831@gmail.com

*Sharia Economics Study Program Faculty of Economics and Islamics Business
UIN Prof. K. H Saifuddin Zuhri Purwokerto*

ABSTRACT

Purwokerto is a developing area and is the center of Banyumas Regency, so that many business actors in Purwokerto develop. The high or low level of sales can be influenced by several internal and external factors. Internal factors here include halal certification and halal awareness itself. Then for the blessings of the business you can achieve it yourself, as is the case with halal certification and awareness of halal.

The purpose of this study is to find out how much influence halal certification and halal awareness have on the level of sales and business blessings for business people in Purwokerto. The focus in this research is business actors in Purwokerto. Then for the sampling technique in this study, namely using non-probability to be precise using purposive sampling. This study uses quantitative research methods with data collection techniques using questionnaires. Data analysis used the Spearman Rank test, Kendall W correlation test, and Ordinal Regression analysis with the SPSS Statistics 26 application.

The results showed that the variables of halal certification and halal awareness partially had a significant and positive effect on the level of sales and business blessings for business people in Purwokerto. Then based on Ordinal Regression analysis and the result of the wald parameter test in the table illustrates that the significance value of each variable, both the halal certification and halal awareness variables show that together they have a significant effect on the level of sales and business blessings for business people in Purwokerto.

Keywords: *Halal Certification, Halal Awareness, Level of Sales and Business Blessing*

**PENGARUH SERTIFIKASI HALAL DAN KESADARAN HALAL
TERHADAP TINGKAT PENJUALAN DAN KEBERKAHAN BISNIS
(Studi Kasus Pada Pelaku Usaha di Purwokerto)**

**Oleh: Ahmad Rifai
NIM. 1917201014**

Email: rifai7831@gmail.com

Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

ABSTRAK

Purwokerto merupakan daerah yang berkembang dan menjadi pusat dari Kabupaten Banyumas, sehingga banyak berkembang pelaku usaha di Purwokerto. Tinggi rendahnya tingkat penjualan bisa dipengaruhi oleh beberapa faktor internal maupun eksternal. Faktor internal disini meliputi sertifikasi halal dan kesadaran halal itu sendiri. Kemudian untuk keberkahan usaha itu bisa diraih dari diri sendiri seperti halnya dengan melakukan sertifikasi halal dan kesadaran akan halal.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh sertifikasi halal dan kesadaran halal terhadap tingkat penjualan dan keberkahan bisnis pada pelaku usaha di Purwokerto. Fokus dalam penelitian ini adalah pelaku usaha di Purwokerto. Kemudian untuk teknik pengambilan sampel pada penelitian ini yaitu menggunakan *non-probability* tepatnya menggunakan *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Analisis data menggunakan uji Spearman Rank, uji korelasi Kendall W, dan analisis Regresi Ordinal dengan aplikasi SPSS Statistics 26.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Sertifikasi Halal dan Kesadaran Halal secara parsial berpengaruh signifikan dan positif terhadap Tingkat Penjualan dan keberkahan bisnis pada pelaku usaha di Purwokerto. Kemudian berdasarkan analisis Regresi Ordinal dan hasil Uji Parameter *wald* pada tabel menggambarkan bahwa nilai signifikansi pada masing-masing variabel baik variabel sertifikasi halal dan kesadaran halal menunjukkan bahwa secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Tingkat Penjualan dan Keberkahan Bisnis pada pelaku usaha di Purwokerto.

Kata Kunci: *Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, Tingkat Penjualan dan Keberkahan Bisnis*

PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata yang dipakai dalam penelitian skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI. Nomor : 158/1987 dan Nomor : 0543b/U/1987.

1. Konsonan tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	<i>Alif</i>	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	<i>ba'</i>	B	Be
ت	<i>Ta'</i>	T	Te
ث	<i>ša</i>	š	es (dengan titik di atas)
ج	<i>Jim</i>	J	Je
ح	<i>ħa</i>	<u>H</u>	ha (dengan garis di bawah)
خ	<i>Kha'</i>	Kh	ka dan ha
د	<i>Dal</i>	D	De
ذ	<i>Žal</i>	Ž	zet (dengan titik di atas)
ر	<i>Ra'</i>	R	Er
ز	<i>Zai</i>	Z	Zet
س	<i>Sin</i>	S	Es
ش	<i>Syin</i>	Sy	es dan ye
ص	<i>šad</i>	<u>š</u>	es (dengan garis di bawah)

ض	<i>d'ad</i>	<u>D</u>	de (dengan garis di bawah)
---	-------------	----------	----------------------------

ط	<i>Ta</i>	<u>T</u>	te (dengan garis di bawah)
ظ	<i>za</i>	<u>Z</u>	zet (dengan garis di bawah)
ع	<i>'ain</i>	'	koma terbalik ke atas
غ	<i>Gain</i>	G	Ge
ف	<i>Fa'</i>	F	Ef
ق	<i>Qaf</i>	Q	Qi
ك	<i>Kaf</i>	K	Ka
ل	<i>Lam</i>	L	'el
م	<i>Mim</i>	M	'em
ن	<i>Nun</i>	N	'en
و	<i>Waw</i>	W	W
ه	<i>Ha'</i>	H	Ha
ء	<i>Hamzah</i>	”	Apostrof
ي	<i>Ya'</i>	Y	Ye

2. Konsonan Rangkap karena syaddah ditulis rangkap.

عدة	Ditulis	'iddah
-----	---------	--------

3. Ta'marbutah di akhir kata bila dimatikan ditulis h.

حكمة	Ditulis	Hikmah	جزية	Ditulis	Jizyah
------	---------	--------	------	---------	--------

(Ketentuan ini tidak diperlakukan pada kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam Bahasa Indonesia, seperti zakat, salat dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya)

- a. Bila diikuti dengan kata sandang "al" serta bacaan ke dua itu terpisah, maka ditulis dengan h.

كرامة الأولياء	Ditulis	<i>Karâmah al-auliyâ'</i>
----------------	---------	---------------------------

- b. Bila ta' marbutah hidup atau dengan harakat, fathah atau kasrah atau dammah ditulis dengan t

زكاة الفطر	Ditulis	<i>Zakât al-fitr</i>
------------	---------	----------------------

4. Vokal pendek

اَ	Fathah	ditulis	A
إِ	Kasrah	ditulis	I
أُ	Dammah	ditulis	U

5. Vokal panjang

1.	Fathah + alif	ditulis	A
	جاهلية	ditulis	<i>Jâhiliyah</i>
2.	Fathah + ya" mati	ditulis	A
	تنسى	ditulis	<i>Tansa</i>
3.	Kasrah + ya" mati	ditulis	I

	كريم	ditulis	<i>Karîm</i>
4.	Dammah + wawu mati	ditulis	U
	فروض	Ditulis	<i>Furûd</i>

6. Vokal rangkap

1.	Fathah + ya [°] mati	Ditulis	Ai
	بينكم	Ditulis	<i>Bainakum</i>
2.	Fathah + wawu mati	Ditulis	Au
	قول	Ditulis	<i>Qaul</i>

7. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan apostrof

أنتم	Ditulis	<i>a''antum</i>
أعدت	Ditulis	<i>u''iddat</i>

8. Kata sandang alif + lam

a. Bila diikuti huruf qomariyyah

القياس	Ditulis	<i>Al-qiyâs</i>
--------	---------	-----------------

b. Bila diikuti huruf syamsiyyah ditulis dengan menggunakan harus syamsiyyah yang mengikutinya, serta menggunakan huruf I (el)-nya.

السماء	Ditulis	<i>As-samâ</i>
--------	---------	----------------

9. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya.

ذوي الفروض	Ditulis	<i>Zawi al-furûd</i>
------------	---------	----------------------

KATA PENGANTAR

Puji syukur kita panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah dan karunia-Nya. Shalawat serta salam semoga tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, kepada para sahabatnya dan tabi'i. Semoga kita senantiasa mengikuti semua ajarannya dan kelak semoga kita mendapat syafa'atnya di hari penantian.

Bersamaan dengan selesainya skripsi ini, penulis ucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini. penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Moh. Roqib, M.Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Prof. Dr. Fauzi, M.Ag., selaku Wakil Rektor I Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Prof. Dr. H. Ridwan, M.Ag., selaku Wakil Rektor II Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Dr. H. Sul Khan Chakim, M. Ag., selaku Wakil Rektor III Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
5. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
6. Dr. Ahmad Dahlan, M.S.I., selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
7. Dr. Atabik, M. Ag., selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
8. Iin Solikhin, M.Ag., selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
9. Yoiz Shofwa Shafrani, M. Si., selaku Ketua Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

10. H. Slamet Akhmadi, M.S.I., selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi dan Keuangan Syari'ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
11. Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I., selaku Koordinator Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
12. Dani Kusumastuti, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi. Terimakasih saya ucapkan atas segala bimbingan, arahan, masukan, motivasi, serta kesabarannya demi terselesaikannya penyusunan skripsi ini. Semoga senantiasa diberikan perlindungan, dibalas kebaikannya oleh Allah SWT, dan jadi amal jariyah.
13. Segenap Dosen dan Staff Administrasi Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
14. Teruntuk Ayah dan Ibuku tercinta, yang selalu berusaha memberikan yang terbaik untuk anak pertamanya. Selalu mendukung dan mendoakan disetiap langkah perjalanan hidup saya. Serta doa yang tak pernah putus. Semoga Allah SWT membalas kebahagiaan dan kemudahan dalam hidup, senantiasa dilindungi oleh Allah SWT dan diberikan umur yang berkah.
15. Teruntuk teman-temanku yang sudah membantu dan memberikan dukungan kepada penulis. Terimakasih untuk semuanya, semoga Allah SWT memberikan rezeki yang melimpah.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, untuk itulah kritik serta saran yang bersifat membangun selalu penulis harapkan dari pembaca guna kesempurnaan skripsi ini. Mudah-mudahan skripsi ini dapat bermanfaat untuk penulis dan pembaca. Aaamiin.

Purwokerto, 30 Mei 2023

Ahmad Rifai

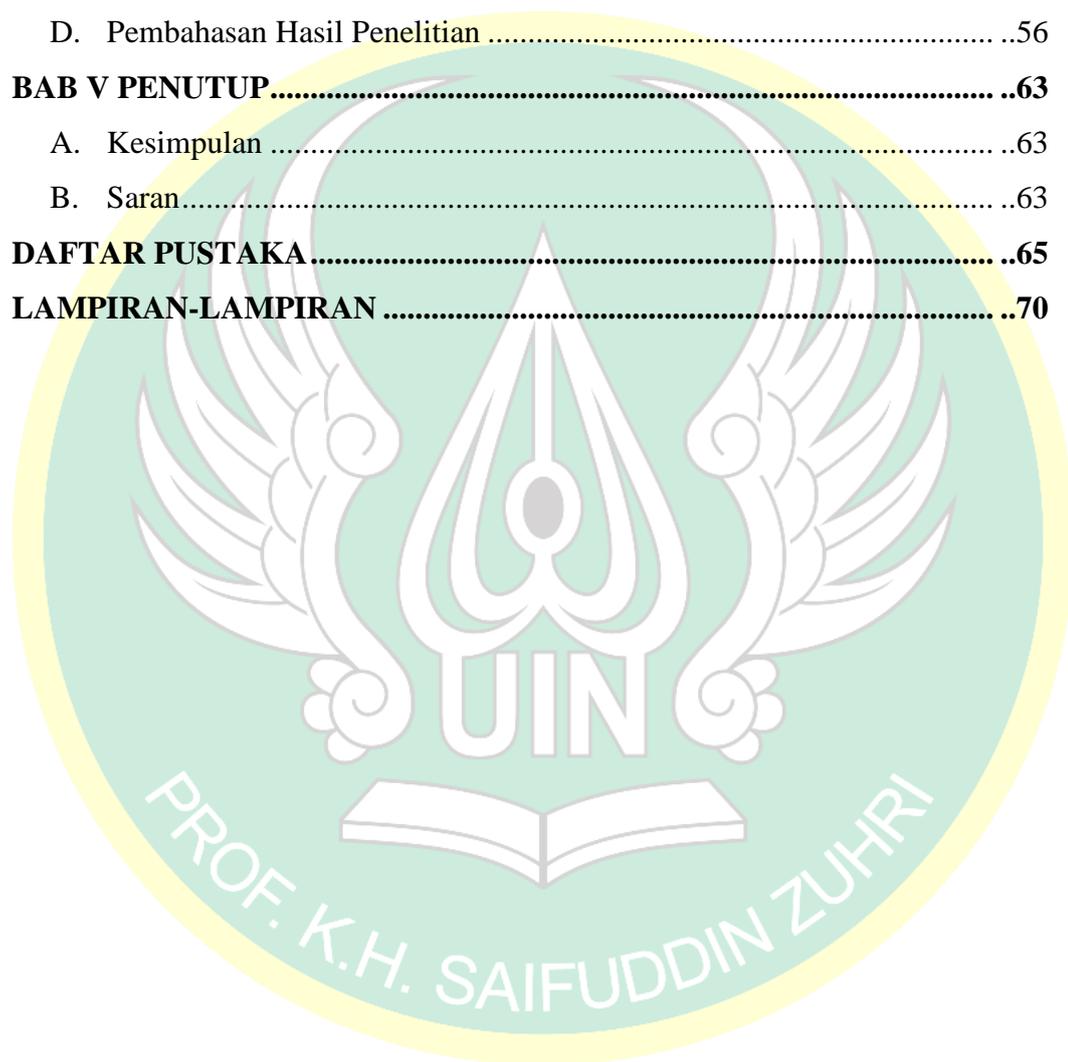
1917201014



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDULi
PERNYATAAN KEASLIANii
LEMBAR PENGESAHANii
NOTA DINAS PEMBIMBINGiv
MOTTOv
ABSTRACTvi
ABSTRAKvii
PEDOMAN TRANSLITERASIviii
KATA PENGANTARxii
DAFTAR ISIxv
DAFTAR TABELxvii
DAFTAR LAMPIRANxix
BAB I PENDAHULUAN1
A. Latar Belakang Masalah.....	...1
B. Rumusan Masalah.....	...7
C. Tujuan Penelitian8
D. Manfaat Penelitian8
E. Sistematika Pembahasan.....	...9
BAB II LANDASAN TEORI10
A. Kajian Pustaka.....	...10
B. Kajian Teori13
C. Kerangka Berpikir.....	...20
D. Rumusan Hipotesis.....	...21
E. Landasan Teologis22
BAB III METODE PENELITIAN25
A. Jenis Penelitian.....	...25
B. Tempat Dan Waktu Penelitian25
C. Populasi Dan Sampel Penelitian25
D. Variabel Dan Indikator Penelitian.....	...27

E. Pengumpulan Data Penelitian	28
F. Analisis Data Penelitian	28
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	32
A. Gambaran Umum Dan Objek Penelitian.....	32
B. Deskripsi Responden.....	32
C. Hasil Dan Analisis Data	36
D. Pembahasan Hasil Penelitian	56
BAB V PENUTUP.....	63
A. Kesimpulan	63
B. Saran.....	63
DAFTAR PUSTAKA.....	65
LAMPIRAN-LAMPIRAN	70



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Tingkat penjualan pelaku usaha setelah adanya sertifikasi halal di Purwokerto	5
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	11
Tabel 3.1	Indikator Penelitian	27
Tabel 4.1	Responden berdasarkan jenis kelamin	32
Tabel 4.2	Responden Berdasarkan Umur.....	32
Tabel 4.3	Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	34
Tabel 4.4	Responden Berdasarkan Pekerjaan	35
Tabel 4.5	Responden Berdasarkan Kategori Sudah/Belum Produknya Terjamin Kehalalannya.....	36
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Variabel Sertifikasi.....	37
Tabel 4.7	Hasil Uji Reliabilitas	38
Tabel 4.8	Hasil Uji Reliabilitas	38
Tabel 4.9	Descriptive Statistics	39
Tabel 4.10	Tabel Hasil Uji Rank Spearman Sertifikasi Halal (X1) dengan Variabel Tingkat Penjualan (Y1)	41
Tabel 4.11	Tabel Hasil Uji Rank Spearman Kesadaran Halal (X2) terhadap Tingkat Penjualan (Y1)	42
Tabel 4.12	Tabel Hasil Uji Rank Spearman Sertifikasi Halal (X1) dengan Variabel Keberkahan Bisnis (Y2)	43
Tabel 4.13	Tabel Hasil Uji Rank Spearman Kesadaran Halal (X2) dengan Variabel Keberkahan Bisnis (Y2)	45
Tabel 4.14	Tabel Hasil Uji Korelasi Kendall W Rank.....	46
Tabel 4.15	Tabel Hasil Uji Korelasi Kendall W Static	47
Tabel 4.16	Tabel Hasil Uji Regresi Ordinal Case Processing Summary	48
Tabel 4.17	Tabel Uji Keberartian Model	49
Tabel 4.18	Tabel Uji Kecocokan Model	49
Tabel 4.19	Tabel Koefisien Determinasi Model	50

Tabel 4.20 Tabel Model Regresi Sertifikasi Halal dan Kesadaran Halal terhadap Tingkat Penjualan Parameter Estimates	51
Tabel 4.21 Case Processing Summary	52
Tabel 4.22 Tabel Uji Keberartian Model	53
Tabel 4.23 Tabel Uji Kecocokan Model	54
Tabel 4.24 Tabel Koefisien Determinasi Model	55
Tabel 4.25 Tabel Model Regresi Sertifikasi Halal dan Kesadaran Halal terhadap Keberkahan Bisnis.....	55



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Tabulasi SPSS	70
Lampiran 1.1	Kuesioner Penelitian.....	70
Lampiran 1.2	Data Narasumber	73
Lampiran 1.3	Uji Validitas	74
Lampiran 1.4	Uji Reliabilitas.....	75
Lampiran 1.5	Statistik Deskriptif.....	76
Lampiran 1.6	Uji Korelasi Spearman Rank.....	77
Lampiran 1.7	Uji Korelasi Kendal W	79
Lampiran 1.8	Uji Regresi Ordinal	80
Lampiran 2	Surat Pendukung.....	85
Lampiran 2.1	Surat Usulan Menjadi Pembimbing	85
Lampiran 2.2	Surat Pernyataan Kesediaan Menjadi Pembimbing Skripsi	86
Lampiran 2.3	Surat Bimbingan.....	87
Lampiran 2.4	Surat Keterangan Lulus Seminar Proposal.....	88
Lampiran 2.5	Surat Keterangan Lulus Ujian Komprehensif	89
Lampiran 2.6	Daftar Riwayat Hidup	90



UIN
PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pangan, obat-obatan, kosmetika dan produk guna pakai adalah bagian dari kebutuhan hidup. Semua kebutuhan tersebut harus terpenuhi secara baik, cukup, aman, bermutu, dan bergizi. Dari aspek harga, produk kebutuhan mulai dari pangan, obat-obatan dan produk guna pakai juga harus bisa terjangkau oleh daya beli masyarakat, sehingga masyarakat turut serta berperan dalam peningkatan pertumbuhan ekonomi nasional. Sejalan dengan ini, Islam juga memberikan arahan agar setiap manusia hendaknya memperhatikan apa yang dia makan (*Falyanzur al-Insan ila ta'amih*: QS. „Abasa/80: 24), baik dari segi cara mendapatkannya maupun halal secara zat yang terkandung dalam makanan tersebut (*Halal Thayyib*). Untuk memenuhi semua hal tersebut perlu adanya suatu sistem produksi yang memberikan jaminan dan perlindungan, baik bagi produsen maupun konsumen.

Di sisi lain, para pelaku usaha di bidang produk kebutuhan hidup juga harus memiliki rasa tanggung jawab terhadap produk-produk yang dipasarkan. Baik itu berkaitan dengan kesehatan maupun kehalalan produk. Masyarakat juga berhak mengetahui dan mendapatkan informasi yang jelas mengenai setiap komposisi produk yang disajikan sebelum membeli dan mengkonsumsi. Informasi tersebut terkait dengan asal bahan, keamanan, mutu, kandungan gizi, dan keterangan lain yang diperlukan sehingga masyarakat dapat mengambil keputusan berdasarkan informasi yang benar dan akurat.

Indonesia adalah negara yang memiliki penduduk muslim terbesar di dunia yang tentu saja memerlukan peredaran produk yang aman dan berstandar halal. Sebab secara otomatis kaum muslim menjadi konsumen terbesar di negeri ini di samping menjadi incaran dan target impor negara-negara lain. Maka dari itu seharusnya konsumen dalam

negerimendapatkan perlindungan dalam memperoleh kepastian tentang kehalalan produk kebutuhan hidup mulai dari pangan, obat-obatan, kosmetika dan produk guna pakai yang beredar. Apalagi permintaan produk halal semakin meningkat berbanding lurus dengan peningkatan jumlah populasi umat Muslim di dunia (Giyanti & Indriastiningsih, 2019b; Omar & Jaafar, 2011). Populasi penduduk Muslim di Indonesia merupakan yang terbesar di dunia (Akbarizan et al., 2018; Giyanti & Indrasari, 2019; Novitasari, 2019; Waharini & Purwantini, 2018). Menurut Lukmanul Hakim selaku Direktur LPPOM MUI Pusat bahwa sebagai Negara yang memiliki penduduk Muslim terbesar, maka Indonesia punya andil besar dalam perdagangan halal dunia yakni mencapai USD 197 Miliar dari total transaksi yang diperkirakan US\$ 1.600 Miliar. Ini merupakan alasan Indonesia menjadi negara potensial untuk memasarkan produk halal.

Menurut Aziz dan Vui (2013) sertifikasi halal merupakan sebuah jaminan keamanan bagi umat muslim untuk dapat mengonsumsi suatu produk. Sertifikasi halal ini dibuktikan dengan pencantuman logo halal pada kemasan produk. Secara umum, pendekatan halal dalam proses pemasaran suatu produk juga dapat menetralkan image negatif yang diasosiasikan konsumen muslim terhadap suatu produk (Salehudin dan Lutfi, 2012). Produk halal dapat dijamin kehalalannya apabila memiliki sertifikat halal. Sertifikat halal didapatkan apabila UMKM mengajukan sertifikasi halal dan memenuhi syarat-syarat yang sudah ditetapkan. Kebutuhan seorang muslim terhadap produk halal seharusnya didukung oleh jaminan halal. Akan tetapi, produk yang dihasilkanpun harus memperhatikan asas kehalalannya yang kemudian dibuktikan dengan sertifikasi halal yang dikeluarkan oleh MUI. Namun produk yang beredar di Indonesia belum semuanya telah terjamin kehalalannya. Konsumen muslim termasuk pihak yang dirugikan dengan banyaknya produk tanpa label halal maupun keterangan non-halal (Ramlan dan Nahrowi, 2014).

Berdasarkan data sertifikasi LPPOM MUI, selama kurun waktu delapan tahun terakhir (2011-2018) baru sebanyak 9,6 persen produk yang telah disertifikasi, sedangkan sisanya belum memiliki sertifikat halal. Bukan berarti haram, namun bisa jadi produk tersebut belum diajukan untuk sertifikasi halal (Faridah, 2019).

Kesadaran adalah hal yang dirasakan atau dialami oleh seseorang atas keadaan dirinya sendiri. Kesadaran halal dapat diketahui berdasarkan mengerti atau tidaknya seseorang muslim tentang apa arti dari halal itu sendiri, mengetahui bagaimana proses penyembelihan yang sesuai dengan ajaran agama dengan benar, dan mereka mengutamakan untuk mengkonsumsi makanan yang halal (Waskito, 2015). Kesadaran halal merupakan pemahaman umat islam dalam mengetahui masalah yang terkait dengan konsep halal. Dimana pengetahuan tersebut meliputi mengenai pemahaman produk apa yang boleh dikonsumsi dan mengenai bagaimana cara memproduksinya. Kesadaran halal suatu produk sesuai dengan standar halal islam bisa menjadi syarat wajib bagi konsumen dan produsen untuk mengkonsumsi dan memproduksi suatu makanan (Nofianti & Rofiqoh, 2019, p.17).

Keterangan tentang halal pada produk yang dijual terutama di Indonesia mempunyai arti yang sangat penting untuk melindungi masyarakat yang beragama Islam agar terhindar dari melakukan pengonsumsi pangan yang tidak halal disampaikan oleh Sandi, Marsudi dan Rahmawanto (2011). Hal ini sesuai dengan Undang-Undang nomor 33 tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal.

Bagi umat Islam konsep halal menjadi suatu hal yang mutlak menurut ketentuan syariat, seperti dijelaskan dalam Al-Qur'an Surat Al-Baqarah ayat 172-173:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُلُوا مِن طَيِّبَاتِ مَا رَزَقْنَاكُمْ وَاشْكُرُوا لِلَّهِ إِن كُنتُمْ إِيَّاهُ تَعْبُدُونَ (١٧٢) إِنَّمَا حَرَّمَ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةَ وَالدَّمَ وَحُمَّ الْخَنزِيرِ وَمَا أَهَلَ بِهِ لَعْنِ اللَّهِ فَمَن اضْطُرَّ غَيْرَ بَاغٍ وَلَا عَادٍ فَلَا إِثْمَ عَلَيْهِ إِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ رَّحِيمٌ

Artinya: “*Hai orang-orang yang beriman, makanlah diantara rizki yang baik-baik yang kami berikan kepadamu dan bersyukurlah kepada Allah, jika benar-benar kepada-Nya kamu menyembah. Sesungguhnya Allah hanya mengharamkan bagimu bangkai, darah, daging babi, dan binatang yang (ketika disembelih) disebut(nama) selain Allah. Tetapi barang siapa dalam keadaan terpaksa (memakannya) sedang dia tidak menginginkannya dan tidak (pula) melampaui batas, maka tidak ada dosa baginya. Sesungguhnya Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang.*”

Dengan demikian jelas bahwa dalam Islam manusia dilarang mengkonsumsi produk yang tidak halal. Hal ini menunjukkan bahwa agama atau kepercayaan adalah sumber dari kesadaran seseorang dalam mengkonsumsi suatu produk.

Halal tidak hanya berlaku untuk produksi makanan dan minuman (*food and beverages*) perusahaan melalui kegiatan pameran produk merupakan salah satu strategi promosi yang digunakan untuk meningkatkan penjualan produk. Penyelenggara pameran menyesuaikan target peserta sesuai dengan industri terkait. Salah satunya adalah pameran produk halal (skala nasional dan bahkan internasional) diselenggarakan oleh Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI) melalui kegiatan Expo produk Halal yang secara rutin setiap tahun diselenggarakan sejak tahun 2011. UMKM yang inovatif dalam menghasilkan produk halal tertantang untuk meningkatkan jangkauan pasar baik nasional maupun internasional salah satunya dengan mengikuti kegiatan Expo produk halal sekaligus sebagai media mengembangkan eksistensi usaha, disampingkan pengembangan platform digital melalui pemanfaatan *e-commerce* dan *social media*.

Pameran berguna untuk memperkenalkan produk, memperluas jaringan (*networking*), akses investor, perbaikan kualitas produk, memperoleh informasi persaingan, memperkuat image perusahaan, survei pasar dan meningkatkan penjualan.

Faktor-faktor yang mempengaruhi besar kecilnya omzet penjualan, dibagi menjadi dua faktor yaitu, pertama, faktor internal. Yaitu faktor yang dikendalikan oleh pihak-pihak perusahaan, pada umumnya faktor internal diantaranya yaitu kemampuan perusahaan untuk mengelola produk yang akan dipasarkan, kebijaksanaan harga dan promosi yang digariskan perusahaan dan kebijakan untuk memilih perantara yang digunakan. Kedua, faktor eksternal, yaitu faktor yang tidak dapat di kendalikan oleh perusahaan diantaranya adalah perkembangan ekonomi perdagangan baik nasional maupun moneter, kebijakan pemerintah di bidang ekonomi, perdagangan dan moneter, dan suasana persaingan pasar (Swastha, 1998:197). Dari beberapa faktor yang sudah disebutkan, ada faktor kebijakan pemerintah di bidang perdagangan yang salah satunya mewajibkan mencantumkan label halal pada produk yang mempengaruhi naik atau turunnya penjualan.

Tabel 1.1

**Tingkat Penjualan Pelaku Usaha Setelah Adanya
Sertifikasi Halal Di Purwokerto**

Pelaku Usaha (Jenis Usaha)	Peningkatan Penjualan	
	Sebelum Sertifikasi Halal (Perbulan)	Sesudah Sertifikasi Halal (Perbulan)
Zam-Zam Time	Rp 2.600.000	Rp 4.680.000
Es Pisang Ijo	Rp 2.340.000	Rp 3.900.000
Es Cendol Alami Khas Bandung Monalisa	Rp 2.210.000	Rp 2.210.000
Kaf Fried Chicken	Rp 7.280.000	Rp 8.320.000
Takoyaki Oishii	Rp 4.290.000	Rp 7.150.000

Sumber: Hasil wawancara

Berdasarkan data di atas pelaku usaha yang sudah punya sertifikasi halal omzetnya lebih meningkat. Dari lima pelaku usaha tersebut keempatnya mengalami peningkatan penjualan setelah adanya sertifikasi halal, karena dengan adanya sertifikasi halal tersebut konsumen menjadi lebih yakin terhadap produk yang dibelinya. Namun ada juga pelaku usaha yang sudah melakukan sertifikasi halal tapi belum merasakan dampaknya terhadap peningkatan penjualan.

Perusahaan yang sudah punya Sertifikat Halal omzetnya lebih meningkat. Jadi otomanis Sertifikat Halal juga berfungsi sebagai alat pemasaran” ujar Rafani. Menurutnya, dengan Sertifikasi Halal juga akan mampu menambah daya saing produk Indonesia ditengah pasar bebas ASEAN. (LPPOM MUI)

Bisnis merupakan bagian dari kegiatan ekonomi dan mempunyai peranan yang sangat besar dalam rangka memenuhi kebutuhan manusia. Dalam kegiatan bisnis pelaku usaha dan konsumen sama-sama mempunyai kebutuhan dan kepentingan. Pelaku usaha harus mempunyai tanggung jawab terhadap konsumen, karyawan, pemegang saham, dan segala aspek dalam lingkungan perusahaan. Karena dalam Islam ketika seseorang memiliki usaha tujuannya tidak hanya mencari keuntungan, namun juga harus ada unsur keberkahan dalam bisnis supaya menghasilkan kemaslahatan dan mendapatkan ridho Allah SWT.

Di dalam Al-Qur'an disebutkan Allah SWT sebagai sumber berkah dan kebajikan, segala macam kebaikan dan nikmat yang ada pada makhluk itu bersumber dari-Nya. Dia yang Berkehendak untuk memberiberkatkan kebaikan kepada siapapun dan apapun yang Dia pilih, atau menghapus dan mencabut nikmat. Dia dapat memberikan kerajaan atau mengambilnya, Dia dapat memuliakan orang yang Dia kehendaki, sehingga Dia dapat

merendahkan siapa yang Dia kehendaki, di tangan-Nya semua kebajikan, dan Dia Maha Kuasa atas segala sesuatu (Ali 'Imran 3:26).

Dalam kajian kebahasaan (leksikal) kata barakah dalam beberapa kamus bahasa arab diartikan sebagai berikut, kamus Lisanul Aarab برك artinya النماء والزيادة (tumbuh dan bertambah) dan kamus al-Munawir: النماء الزيادة, السعادة, والنعمة, (tumbuh, tambah, bahagia dan nikmat) sementara kamus al-Munjid mengartikan الزيادة والسعادة (tambah dan bahagia). Definisi yang dijelaskan beberapa kamus tersebut dapat disimpulkan bahwa barokah (بركت) mempunyai arti tambah, kebahagiaan, pertumbuhan dan kenikmatan. Kemudian ketika dalam berbisnis jika kita sudah bersikap jujur seperti memilih bahan makanan yang halal dibuktikannya dengan sertifikasi halal yang kita miliki, maka kemungkinan kita akan mendapat keberkahan dalam berbisnis itu. Sehingga bisnis yang kita jalankan akan diridhoi oleh Allah SWT dan mendapat keberkahan.

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dipaparkan di atas , maka penulis memutuskan untuk membuat penelitian berjudul "**Pengaruh Sertifikasi Halal dan Kesadaran Halal Terhadap Tingkat Penjualan dan Keberkahan Bisnis (Studi Kasus Pada Pelaku Usaha di Purwokerto)**".

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, masalah yang akan dirumuskan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh sertifikasi halal terhadap tingkat penjualan pelaku usaha di Purwokerto?
2. Bagaimana pengaruh kesadaran halal terhadap tingkat penjualan pelaku usaha di Purwokerto?
3. Bagaimana pengaruh sertifikasi halal dan kesadaran halal terhadap tingkat penjualan pelaku usaha di Purwokerto?

4. Bagaimana pengaruh sertifikasi halal terhadap keberkahan bisnis pelaku usaha di Purwokerto?
5. Bagaimana pengaruh kesadaran halal terhadap keberkahan bisnis pelaku usaha di Purwokerto?
6. Bagaimana pengaruh sertifikasi halal dan kesadaran halal terhadap keberkahan bisnis pelaku usaha di Purwokerto?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh sertifikasi halal terhadap tingkat penjualan pelaku usaha di Purwokerto.
2. Untuk mengetahui pengaruh kesadaran halal terhadap tingkat penjualan pelaku usaha di Purwokerto.
3. Untuk mengetahui pengaruh sertifikasi halal dan kesadaran halal secara simultan terhadap tingkat penjualan pelaku usaha di Purwokerto.
4. Untuk mengetahui pengaruh sertifikasi halal terhadap keberkahan bisnis pelaku usaha di Purwokerto.
5. Untuk mengetahui pengaruh kesadaran halal terhadap keberkahan bisnis pelaku usaha di Purwokerto.
6. Untuk mengetahui pengaruh sertifikasi halal dan kesadaran halal secara simultan terhadap keberkahan bisnis pelaku usaha di Purwokerto.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan akan memberikan beberapa kegunaan atau manfaat antara lain:

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini akan memberikan tambahan pengetahuan secara empiris mengenai pengaruh sertifikasi halal dan kesadaran halal dari suatu produk terhadap tingkat penjualan dan keberkahan dari suatu bisnis.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini bermanfaat bagi pemerintah dan lembaga pengembangan halal di kampus ataupun organisasi masyarakat sebagai bahan evaluasi dan perbaikan strategi pengembangan kesadaran halal di sisi pelaku usaha dan pelaksanaan program sertifikasi halal.

E. Sistematika Pembahasan

Sebagai gambaran dalam mempermudah pembahasan dalam penelitian penulis, maka disusun sistematika sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini memaparkan secara umum mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kajian Pustaka, kajian teori dan sistematika pembahasan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini membahas mengenai teori-teori yang relevan dengan penelitian penulis mengenai topik sertifikasi halal dan kesadaran halal baik secara umum maupun dalam landasan teologis.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini membahas metode penelitian yang digunakan dalam penelitian penulis.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan membahas mengenai gambaran umum objek penelitian yaitu Pelaku Usaha di Purwokerto serta pembahasan hasil dari penelitian mengenai pengaruh sertifikasi halal dan kesadaran halal terhadap tingkat penjualan dan keberkahan bisnis.

BAB V PENUTUP

Bab ini menjelaskan penutup dan pembahasan yang memuat kesimpulan dan saran dari hasil penelitian.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kajian Pustaka

Dalam menunjang penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti, maka perlu dikemukakan beberapa peneliti terdahulu yang berhubungan dengan penelitian ini. Penelitian pertama yang dilakukan oleh Ahda Segati (2018) mengenai “Pengaruh Persepsi Sertifikasi Halal, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Persepsi Peningkatan Penjualan “. Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh secara bersama-sama atau simultan variabel sertifikasi halal, kualitas produk, dan harga terhadap peningkatan penjualan.

Penelitian kedua yang dilakukan oleh Ahmad Izzuddin (2018) mengenai " Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Makanan Kuliner Jember ". Hasil penelitian menunjukkan Kesadaran halal dan bahan makanan berpengaruh terhadap minat beli nasi pecel garahan jember. Tetapi label halal tidak berpengaruh terhadap minat beli nasi pecel garahan.

Penelitian ketiga yang dilakukan oleh Taufik Alwi, Sunarso, R. Titin Maidarti (2019) mengenai " Peningkatan Penjualan Melalui Eksebitasi dan Sertifikasi Halal ". Hasil penelitian menunjukkan sertifikasi halal berpengaruh signifikan dalam arah yang positif terhadap peningkatan penjualan produk halal.

Penelitian keempat yang dilakukan oleh Rahmah Dhea Hervina, Reny Fitriana Kaban, Popy Novita Pasaribu (2021) mengenai " Pengaruh Kesadaran Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Gofood di Era Pandemi Covid-19 ". Hasil penelitian menunjukkan berdasarkan hasil pengolahan data penelitian dapat disimpulkan variabel kesadaran halal secara parsial tidak mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen GoFood di era pandemi Covid-19.

Penelitian kelima yang dilakukan oleh T. Achmad Fauzan (2019), Skripsi " Pengaruh Sertifikasi Halal dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan ". Hasil penelitian menunjukkan Secara simultan, variabel Sertifikat Halal dan Harga Berpengaruh Signifikan Dari hasil uji Fhitung>Ftabel (47,518 >3,09) dan probabilitas signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga variabel Sertifikat Halal (X1), Harga (X2) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Dalam mendukung penelitian yang akan dilakukan, maka dalam penelitian ini akan dikemukakan beberapa penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dikaji. Berikut beberapa penelitian terdahulu yang akan dijadikan sebagai acuan untuk meneliti hal yang akan diteliti

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Hasil Penelitian	Perbedaan
1	Ahda Segati (2018), Jurnal "Pengaruh Persepsi Sertifikasi Halal, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Persepsi Peningkatan Penjualan "	Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh secara bersama-sama atau simultan variabel sertifikasi halal, kualitas produk, dan harga terhadap peningkatan penjualan.	Penelitian ini memiliki perbedaan pada variabel independen: kesadaran halal dan variabel dependen: keberkahan bisnis
2	Ahmad Izzuddin (2018), Jurnal " Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Makanan Kuliner Jember "	Hasil penelitian menunjukkan Kesadaran halal dan bahan makanan berpengaruh terhadap minat beli nasi pecel garahan jember. Tetapi label halal tidak berpengaruh terhadap minat beli nasi pecel garahan.	Penelitian ini memiliki perbedaan pada variabel independen: sertifikasi halal dan kesadaran halal dan variabel dependen: keberkahan bisnis

3	Taufik Alwi, Sunarso, R. Titin Maidarti (2019), Jurnal " Peningkatan Penjualan Melalui Eksebitasi dan Sertifikasi Halal "	Hasil penelitian menunjukkan sertifikasi halal berpengaruh signifikan dalam arah yang positif terhadap peningkatan penjualan produk halal.	Penelitian ini memiliki perbedaan pada variabel independen: kesadaran halal dan variabel dependen: keberkahan bisnis
4	Rahmah Dhea Hervina, Reny Fitriana Kaban, Popy Novita Pasaribu (2021), Jurnal " Pengaruh Kesadaran Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Gofood di Era Pandemi Covid-19 "	Hasil penelitian menunjukkan berdasarkan hasil pengolahan data penelitian dapat disimpulkan variabel kesadaran halal secara parsial tidak mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen GoFood di era pandemi Covid-19.	Penelitian ini memiliki perbedaan pada variabel independen: sertifikasi halal dan variabel dependen: tingkat penjualan dan keberkahan bisnis
5	T. Achmad Fauzan (2019), Skripsi " Pengaruh Sertifikasi Halal dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan "	Hasil penelitian menunjukkan Secara simultan, variabel Sertifikat Halal dan Harga Berpengaruh Signifikan Dari hasil uji Fhitung>Ftabel (47,518 >3,09) dan probabilitas signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga variabel Sertifikat Halal (X1), Harga (X2) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.	Penelitian ini memiliki perbedaan pada variabel independen: kesadaran halal dan variabel dependen: tingkat penjualan dan keberkahan bisnis

B. Kajian Teori

1. Sertifikasi Halal

Sertifikasi halal adalah suatu proses untuk memperoleh sertifikat halal melalui beberapa tahap untuk membuktikan bahwa bahan, proses produksi dan Sistem Jaminan Halal (SJH) memenuhi standar LPPOM MUI. (LPPOM MUI 2008). Pasca Implementasi Undang-undang Jaminan Produk Halal Nomor 33 tahun 2014, Sertifikasi halal didefinisikan sebagai pengakuan kehalalan suatu produk yang dikeluarkan oleh BPJPH berdasarkan fatwa tertulis yang dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia. (Panji, 2017). Di Indonesia lembaga yang otoritatif melaksanakan Sertifikasi Halal sebelum berlakunya UU JPH yang dilaksanakan secara *voluntary* adalah Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang secara teknis ditangani oleh Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan, dan Kosmetika (LPPOM).

Menurut Riaz (2017) sertifikasi halal dapat diartikan sebagai dokumen yang dikeluarkan suatu lembaga yang menerangkan bahwa produk yang tercantum didalamnya sesuai standar syariat Islam. Sertifikasi produk halal merupakan serangkaian proses yang harus dilalui pelaku usaha baik perseorangan ataupun badan usaha berbentuk badan hukum atau bukan badan hukum untuk mendapatkan sertifikat halal.

Pasca berlakunya UU No.33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (UU JPH) dan PP No. 31 Tahun 2019 tentang JPH berimplikasi berubahnya sistem prosedur dan registrasi sertifikasi halal dari bersifat sukarela (*voluntary*) menjadi wajib (*mandatory*) mulai 17 Oktober 2019. Selain itu, UU JPH melahirkan badan baru bernama Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) di bawah Kementerian Agama. Setelah PP JPH terbit, maka kewenangan penerbitan sertifikasi halal berada sepenuhnya di BPJPH selaku *leading sector* jaminan produk halal.

Sertifikasi Halal dalam (UU No. 33 Pasal 4 Jaminan Produk Halal, 2014) adalah pengakuan kehalalan sebuah produk yang dikeluarkan oleh BPJPH berdasarkan fatwa tertulis yang diterbitkan oleh MUI. Kemudian sertifikasi halal menurut Nurcahyo dan Hudransyah (2017) merupakan jaminan keamanan bagi umat islam untuk dapat mengkonsumsi produk makanan sesuai ajaran islam. Menurut Shaari dan Arifin (2010) indikator sertifikasi halal yaitu legalitas lembaga sertifikasi, keterangan sertifikasi halal (logo) dan akreditasi lembaga sertifikasi.

2. Sertifikasi Halal dan Keberhasilan Bisnis

Sertifikasi halal adalah jaminan keamanan bagi umat Islam untuk mengkonsumsi produk makanan sesuai dengan syariat Islam (Basri & Kurniawati,2019).

Keberhasilan bisnis bisa ditinjau secara material dan spiritual. Secara material bisa dilihat dari penjualan. Kemudian secara spiritual islam, keberhasilan bisnis bisa dilacak dari keberkahan yang dirasakan oleh pelaku usaha tersebut.

Menurut Dedi Haryadi, keberhasilan bisnis biasanya dicirikan dengan membesarnya skala usaha yang dimilikinya. Hal tersebut bisa dilihat dari volume produksinya yang tadinya bisa menghabiskan sejumlah bahan baku perhari meningkat menjadi mampu mengolah bahan baku yang lebih banyak dengan meningkatnya bahan baku yang dibutuhkan berarti meningkat pada jumlah buruhnya (baik buruh produksi maupun pemasaran) sekaligus dicirikan perluasan jaringan pemasaran (Haryadi, 2008).

Keberhasilan bisnis menurut Suryana (2006) adalah keberhasilan dari bisnis dalam mencapai tujuannya. Kinerja usaha perusahaan merupakan salah satu tujuan dari setiap pengusaha. Keberhasilan usaha merupakan cita-cita setiap pengusaha, namun demikian keberhasilan ini tidak dapat digeneralisir untuk semua orang, karena keberhasilan akan dipersepsikan atau dimaknai berbeda pada tiap individu.

Hendro (2011) memaparkan faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilan usaha salah satunya yaitu: faktor peraturan pemerintah, politik, sosial, ekonomi, dan budaya lokal (Poleksosbud). Faktor ini berpengaruh banyak karena usaha juga berhubungan dengan peraturan pemerintah dan peraturan daerah seperti pajak, retribusi, pendapatan daerah, dan lain-lain. Karena setelah adanya UU No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (UU JPH) dan PP No. 31 Tahun 2019 tentang Jaminan Produk Halal (JPH), maka pemerintah telah mewajibkan sertifikasi halal pada setiap produk.

3. Kesadaran Halal

Kesadaran merupakan kemampuan untuk memahami, merasakan, dan menjadi sadar akan suatu peristiwa dan objek. Kesadaran adalah konsep tentang menyiratkan pemahaman dan persepsi tentang peristiwa atau subjek (Aziz & Vui, 2013).

Halal adalah segala sesuatu yang boleh dikonsumsi (seperti makanan dan minuman) ataupun dimiliki dan dipergunakan (seperti benda-benda yang boleh dipakai), baik itu halal dari zat-zat yang terkandung dalam makanan, halal dalam memprosesnya (seperti menyembeluhnya, cara memasaknya), kemudian halal cara memperolehnya.

Kesadaran halal merupakan pemahaman tentang apa yang dilarang untuk dikonsumsi serta pengetahuan muslim terkait konsep halal, proses halal dan mengkonsumsi produk halal sesuai dengan aturan agama islam didasarkan pada Al-Qur'an dan Hadist (Suryowati & Nurhasanah, 2020, hal. 14). Kemudian kesadaran dilihat dari perspektif produsen adalah kemampuan umat islam untuk mengerti apa produk halal itu, kesadaran halal ini termasuk bagaimana produk disimpan, diolah dan dipindah dari sistem distribusi (Zakaria, Z., Majid, Ahmad, Jusoh dan Zakaria, N.Z., 2017).

Berdasarkan pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa kesadaran halal adalah penguasaan seorang muslim mengenai segala aspek yang

berhubungan dengan halal haram sesuai dengan syariat islam yang berlandaskan Al-Qur'an dan hadist terutama dalam segi makanan.

Kesadaran muslim ditandai dengan adanya pengetahuan mengenai proses penyembelihan, pengemasan makanan dan kebersihan makanan sesuai dengan hukum islam. Adapun indikator kesadaran konsumen dalam memilih produk halal adalah bahan baku halal, kewajiban agama, proses produksi dan kebersihan produk (Shaari dan Arifin, 2010)

4. Kesadaran Halal dan Keberhasilan Bisnis

Halal awareness atau kesadaran halal adalah tingkat pemahaman umat muslim dalam mengetahui isu-isu yang terkait konsep halal. Pengetahuan tersebut termasuk didalamnya memahami apa itu halal dan bagaimana proses produksi suatu produk sesuai standar halal dalam Islam (Izzuddin, 2018).

Dalam islam, bisnis atau dagang tidak hanya diarahkan pada mencari untung (keberhasilan dan kesuksesan) yang sebesar-besarnya dan menghalalkan segala cara. Menurut (Hendra dan Riana 2008,164) ada empat prinsip yang dipegang oleh Rasul ketika berbisnis, yaitu shiddiq (jujur), amanah (menepati janji), fathanah (mempunyai wawasan yang luas) dan tabligh (berkomunikasi). Keempat inilah yang membuat beliau sukses dalam menjalankan bisnisnya.

Berdasarkan prinsip diatas dagang diatas dapat disimpulkan bahwa dalam islam, keberhasilan dan kesuksesan suatu usaha tidak terlepas dari keberkahan harta dan cara meraihnya.

Kesadaran halal adalah suatu kesadaran yang timbul dari pemahaman seseorang terhadap konsep halal, proses halal, dan prinsip halal yang akhirnya membuat konsumen memprioritaskan barang halal untuk dikonsumsi (Pambudi, 2018). Menurut Mudzakar dalam Andari (2011:21) bahwa Keberhasilan usaha adalah sesuatu keadaan yang menggambarkan lebih daripada yang lainnya yang sederajat atau sekelasnya.

Dalam pengertian umum, keberhasilan bisnis menunjukkan suatu keadaan yang lebih baik atau unggul dari pada masa sebelumnya. Hal tersebut selaras dengan pernyataan yang dikemukakan oleh Moch. Kohar Mudzakar (1998) yang menyatakan bahwa: Keberhasilan bisnis adalah sesuatu keadaan yang menggambarkan lebih daripada lainnya. Dwi Riyanti (2003:24) mengemukakan bahwa “Keberhasilan usaha didefinisikan sebagai tingkat pencapaian hasil atau tujuan organisasi”.

Jadi dapat disimpulkan bahwa keberhasilan bisnis adalah suatu keadaan dimana usaha mengalami peningkatan dari hasil yang sebelumnya. Keberhasilan bisnis merupakan tujuan utama dari sebuah perusahaan, dimana segala aktivitas yang ada didalamnya ditujukan untuk mencapai suatu keberhasilan.

Ekspansi perusahaan umumnya dipandang sebagai salah satu indikator keberhasilan atau kemajuan sebuah perusahaan atau anak perusahaan selain dari meningkatkan jumlah pelanggan (Ibrahimsyah, 2008).

Menurut Noor (2013) keberhasilan bisnis memiliki beberapa aspek salah satunya yaitu: terbangunnya kepercayaan atau amanah dari masyarakat luas. Sehingga perusahaan akan membangun pondasi untuk menimbulkan amanah dari para stakeholder kepada perusahaan. Maka untuk membangun kepercayaan dari konsumen perlu adanya sertifikasi halal pada produknya, karena dengan adanya sertifikasi halal pada produknya diharapkan konsumen akan menjadi lebih percaya dengan produk yang dijual.

5. Tingkat Penjualan

Menurut Rangkuti penjualan adalah pencapaian yang dinyatakan secara kuantitatif dari segi fisik atau volume atau unit suatu produk (Rangkuti, 2009:207). Menurut Marbun penjualan adalah total barang atau produk yang terjual oleh perusahaan dalam jangka waktu tertentu (Marbun, 2003:225. Menurut Winardi (2001) dalam Suparman (2018: vol 07 No.2) Penjualan adalah proses dimana sang penjual

memastikan, mengantisipasi dan memuaskan kebutuhan atau keinginan sang pembeli agar dapat di capai manfaat, baik bagi yang menjual maupun bagi sang pembeli yang berkelanjutan dan menguntungkan kedua belah pihak.

Menurut Winardi (2001) dalam Suparman (2018: vol 07 No.2) Penjualan adalah proses dimana sang penjual memastikan, mengantisipasi dan memuaskan kebutuhan atau keinginan sang pembeli agar dapat dicapai manfaat, baik bagi yang menjual maupun bagi sang pembeli yang berkelanjutan dan menguntungkan kedua belah pihak. Penjualan adalah salah satu fungsi pokok yang dilaksanakan dalam kegiatan pemasaran suatu oleh suatu organisasi pemasaran, kegiatan untuk menyampaikan produk barang kepada konsumen. Kegiatan ini sangat penting, mengingat semakin kompleks serta ketat persaingan dunia bisnis. (Suastha,2007:15).

Jadi penjualan adalah proses pertukaran barang/jasa antara penjual dan pembeli, dengan alat tukar berupa uang dan orang menjual sesuatu akan mendapatkan imbalan berupa uang. Penjualan berkaitan dengan upaya menjajakan produk dengan sedemikian rupa sehingga pembeli bertransaksi. Cara yang dilakukan dengan aktivitas seperti analisa pasar, pengaturan produk, inovasi, potongan harga, mengadakan pameran (Kotler dan Amstrong. 2014). Kinerja penjualan dapat diukur melalui indikator seperti volume penjualan, pertumbuhan pelanggan, serta pertumbuhan penjualan.

6. Keberkahan Bisnis

Keberkahan berasal dari kata berkah, yang merupakan bahasa arab dari kata البركة yang mempunyai beberapa beberapa makna yaitu النماء والزيادة، النعمة، السعادة yang berarti tumbuh dan bertambah, nikmat, bahagia.

Adapun barakah menurut bahasa (البركة) artinya nikmat (Kamus Al Munawwir, 1997:78). Istilah lain berkah dalam bahasa Arab adalah

mubarak dan tabaruk. Dalam bahasa Indonesia menjadi berkah, ada juga yang tetap menyebut barakah. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2008:179), berkah adalah “karunia Tuhan yang mendatangkan kebaikan bagi kehidupan manusia”. Menurut istilah, berkah (barokah) artinya ziyadatul khair, yakni “bertambahnya kebaikan” (Imam Al-Ghazali, Ensiklopedia Tasawuf, hlm. 79).

Imam Ghazali, berkah artinya زيادة الخير yakni bertambahnya kebaikan. Sedangkan dalam Syarah Sahih Muslim karya Imam Nawawi menjelaskan bahwa berkah itu mempunyai dua makna yaitu (1) tumbuh, berkembang atau bertambah; (2) kebaikan yang berkesinambungan. Dari pengertian-pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa berkah adalah karunia Allah SWT yang telah mendatangkan ketentraman, kebahagiaan, kenikmatan dan kebaikan yang bersifat kekal baik kebaikan itu berupa bertambahnya harta, rizki, maupun kesehatan, ilmu atau amal kebaikan. Hanya saja, kita memahami bahwa karunia Allah itu tidak selamanya bersifat konkret tetapi terkadang bersifat abstrak.

Menurut alaydrus berkah secara etimologi diambil dari bahasa arab yaitu *Baraka-yabaruk-burukan-wa barakatan* yang dalam bahasa indonesia ialah kenikmatan dan kebahagiaan. Makna asal berkah adalah *Baraka*, yang diartikan diam atau tinggal di suatu tempat. Oleh karena itu keberkahan muncul karena sikap istiqomah dalam hidup, adanya jalinan, harmonisasi kehidupan serta interaksi sosial. Jika ketiganya tidak terpenuhi maka yang terjadi adalah kesempitan hidup yang tak berujung pangkal. Telaah lebih jauh dari asal kata *Baraka* ialah sesuatu yang memiliki nilai kebaikan. Dengan nilai kebaikan itu manusia akan mendapatkan kebahagiaan di dunia.

Jelas bahwa apapun berkat datang dari Allah, dan karena itu segala macam membaca doa untuk mendapatkan berkah selalu condong kepada Allah. Sudah jelas bahwa Allah memiliki prioritas dan memilih sebagian dari makhluk-Nya, Dia juga memiliki prioritas dan memberi

berkah di beberapa tempat di atas sebagian besar tempat lainnya seperti: Mekkah, Madinah dan Masjid Al Aqsa. Demikian pula Allah telah menempatkan sebagian besar waktu di atas yang lainnya seperti: air hujan dan zaitun, al-Quran, dll. Sebagaimana telah dijelaskan bahwa Allah Maha Pemberi nikmat yang melimpah, dan secara khusus mencirikan dirinya dengan alam tabarak (pemberi berkat yang melimpah), dan dapat ditemukan kata *tabaraka* diulang sembilan kali dalam Al-Qur'an (Al-Araf 54, al-Mu'minin 14, al-Furqan 1, 10, 61, Ghafir 64, al-Zukhruf 85, al-Rahman 78, dan al-Muluk 1).

Berkah Ilahi datang dari arah yang seringkali tidak terduga atau dirasakan secara material dan tidak dapat dibatasi atau diukur. Oleh karena itu segala tambahan yang tidak diukur oleh indra manusia dinamakan berkah (Shihab, 2007, hlm. 179-180).

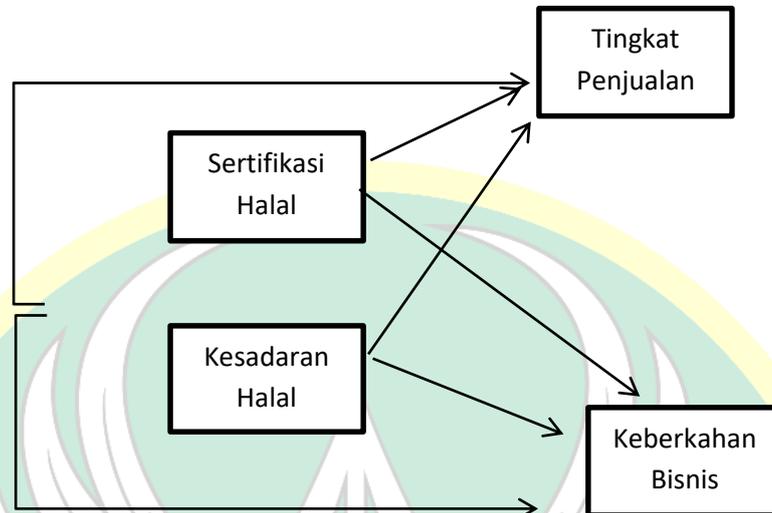
Dengan memperoleh keberkahan diharapkan rezeki yang diperoleh menjadi rezeki yang melahirkan kebaikan. Semakin bertambahnya rezeki yang barakah maka akan bertambah pula kebaikan. Hal ini dapat dilihat dari kehidupan seseorang yang memperoleh rezeki yang berkah tersebut, baik dari aspek spiritual maupun sosial (Alaydrus 2009:182).

Rezeki yang berkah menurut Alaydrus (Alaydrus 2009:182) dapat ditinjau dari empat aspek umum, diantaranya sebagai berikut:

- a) Diperoleh dengan cara yang halal
- b) Ditunaikan zakat, infak dan sedekah (ZIS)
- c) Konsumsi pertengahan-tengahan
- d) Disikapi sebagai amanah

C. Kerangka Berpikir

Kerangka pemikiran penelitian menggambarkan hubungan dari variabel independen terhadap variabel dependen, dalam hal ini yaitu Sertifikasi Halal (X1), Kesadaran Halal (X2) sebagai variabel independen yang mempengaruhi Tingkat Penjualan (Y1), Keberkahan Bisnis (Y2) yang merupakan variabel dependen.



D. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan (Sugiyono,2022)

Berdasarkan deskripsi teori, hasil penelitian yang relevan dan kerangka pemikiran di atas, dapat ditarik hipotesis yang berupa jawaban sementara yang dirumuskan sebagai berikut:

Ho: Sertifikasi halal tidak berpengaruh signifikan terhadap tingkat penjualan

Ha: Sertifikasi halal berpengaruh signifikan terhadap tingkat penjualan

Ho: Kesadaran halal tidak berpengaruh signifikan terhadap tingkat penjualan

Ha: Kesadaran halal berpengaruh signifikan terhadap tingkat penjualan

Ho: Sertifikasi halal dan kesadaran halal secara bersama tidak berpengaruh signifikan terhadap tingkat penjualan

Ha: Sertifikasi halal dan dan kesadaran halal secara bersama berpengaruh signifikan terhadap tingkat penjualan

Ho: Sertifikasi halal tidak berpengaruh signifikan terhadap keberkahan bisnis

Ha: Sertifikasi halal berpengaruh signifikan terhadap keberkahan bisnis

Ho: Kesadaran halal tidak berpengaruh signifikan terhadap keberkahan bisnis

Ha: Kesadaran halal berpengaruh signifikan terhadap keberkahan bisnis

Ho: Sertifikasi halal dan kesadaran halal secara bersama tidak berpengaruh signifikan terhadap keberkahan bisnis

Ha: Sertifikasi halal dan dan kesadaran halal secara bersama berpengaruh signifikan terhadap keberkahan bisnis

E. Landasan Teologis

Islam juga memberikan arahan agar setiap manusia hendaknya memperhatikan apa yang dia makan. Sebagaimana yang dijelaskan dalam Al-Qur'an surat Abasa ayat 24, Allah SWT berfirman:

فَلْيَنْظُرِ الْإِنْسَانُ إِلَى طَعَامِهِ

Artinya: “Maka hendaklah manusia itu memperhatikan makanannya”.

Ayat diatas mengandung makna bahwa hendaklah manusia memperhatikan makanannya yang dia makan setiap hari dan dari mana makanan itu berasal.

Selain itu keharusan untuk mengkonsumsi makanan yang halal diterangkan dalam Qs. Al-Baqarah ayat 168, Allah SWT berfirman:

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

Yang artinya: *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.*

Dalam Tafsir al-Misbah dijelaskan bahwa seruan kehalalan makanan pada ayat ini ditujukan kepada seluruh manusia, apakah beriman

kepada Allah SWT atau tidak. Namun demikian, tidak semua makanan dan minuman yang halal otomatis *thayyib*, dan tidak semua yang halal sesuai dengan kondisi masing-masing. Ada yang halal dan baik untuk seseorang yang memiliki kondisi kesehatan tertentu, dan ada juga yang kurang baik untuknya, walaupun baik untuk yang lain. Ada makanan yang baik tetapi tidak bergizi, dan ketika itu menjadi kurang baik. Karena itu, makanan yang sangat dianjurkan adalah makanan yang halal dan *thayyib*.

Ayat diatas mengandung makna bahwa tidak ada Tuhan yang berhak disembah kecuali Allah SWT, dan sesungguhnya hanya Dialah yang Esa dalam penciptaan. Dia adalah dzat yang memberi rezeki kepada seluruh makhluk-Nya. Serta Dia juga telah memudahkan bagi mereka makanan yang halal dan baik, yaitu baik pada dzatnya dan tidak membahayakan kesehatan tubuh dan akal.

Dalam Al-Qur`an kata berkah (barakah) hadir dengan beberapa makna, diantaranya: kelanggengan kebaikan, banyak, dan bertambahnya kebaikan. Berkah dalam arti kebaikan, keselamatan, dan kesejahteraan tercantum dalam QS. Al-A'raf ayat 96 Allah SWT berfirman:

وَلَوْ أَنَّ أَهْلَ الْقُرَىٰ آمَنُوا وَاتَّقَوْا لَفَتَحْنَا عَلَيْهِم بَرَكَاتٍ مِّنَ السَّمَاءِ وَالْأَرْضِ وَلَٰكِن كَذَّبُوا فَأَخَذْنَاهُم بِمَا كَانُوا يَكْسِبُونَ

Yang artinya: *Jika sekiranya penduduk negeri-negeri itu beriman dan bertakwa, pastilah Kami akan melimpahkan kepada mereka berkah dari langit dan bumi.*

Ayat diatas mengandung arti bahwa orang-orang yang mendustakan para rasul diuji dengan kesusahan sebagai nasihat dan peringatan, dan dengan kemudahan sebagai istidraj dan tipuan maka kemudian Allah menjelaskan bahwa seandainya penduduk negri itu beriman dengan hati mereka secara benar yang dibuktikan dengan amal, mereka bertakwa kepada Allah lahir dan batin dengan meninggalkan seluruh yang

diharamkan oleh Allah, niscaya Allah akan membukakan kepada mereka keberkahan dari langit dan bumi, Dia akan menurunkan hujan dengan deras dan menumbuhkan bumi dengan apa yang mereka bisa hidup dengannya juga ternak-ternak mereka dalam kehidupan paling subur dan rizki paling melimpah tanpa kelelahan, tanpa kesusahan, tanpa kelebihan dan tanpa kesulitan. Akan tetapi mereka tidak beriman dan bertakwa. “Maka kami siksa mereka disebabkan perbuatan mereka” dengan azab, musibah, dicabutnya keberkahan dan banyaknya penyakit, dimana ia adalah merupakan sebagian dari balasan amal mereka sebab jika tidak demikian, maka seandainya Dia menghukum mereka karena semua dosa mereka, niscaya Dia tidak akan menyaksikan satu binatang melata pun di atas muka bumi.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Menurut (Sugiyono, 2019), penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang sudah ditetapkan.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penentuan lokasi penelitian menggunakan metode purposive area, yaitu lokasi penelitian secara sengaja telah ditentukan oleh peneliti yaitu di Purwokerto. Sedangkan waktu penelitian dimulai pada bulan September 2022 dan direncanakan selesai pada tahun 2023.

C. Populasi dan Sempel

1. Populasi

Populasi dalam penelitian merupakan wilayah yang ingin diteliti oleh peneliti. Seperti menurut Sugiyono (2011:80) “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.” Pendapat di atas menjadi salah satu acuan bagi penulis untuk menentukan populasi. Populasi yang akan digunakan sebagai penelitian adalah seluruh pelaku usaha di Purwokerto.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang ingin diteliti oleh peneliti. Menurut Sugiyono (2011:81) “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.” Sehingga sampel merupakan bagian dari populasi yang ada, sehingga untuk pengambilan sampel harus menggunakan cara tertentu yang

didasarkan oleh pertimbangan yang ada. Seperti yang disarankan oleh Sugiyono (2017) ukuran sampel dalam penelitian antara 30 sampai dengan 500 sampel bisa dikatakan layak atau diterima. Teknik yang digunakan dalam penentuan sampel ini menggunakan *non-probability* tepatnya menggunakan *purposive sampling*, Sugiyono (2008) menyatakan bahwa *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Metode ini menggunakan kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti untuk memilih sampel. Karakteristik responden pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Responden yang mempunyai usaha atau bisnis di wilayah Purwokerto
- b. Responden yang mempunyai usaha atau bisnis dan sudah memiliki sertifikasi halal

Sedangkan jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow, hal ini dikarenakan jumlah populasi tidak diketahui atau tidak terhingga. Berikut rumus Lameshow yaitu:

$$n = \frac{Z_{1-\alpha/2}^2 P(1-P)}{d^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

z = skor z pada kepercayaan 95% = 1,96

p = maksimal estimasi = 0,5

d = alpha (0,10) atau sampling error 10%

Melalui rumus di atas, maka jumlah sampel yang akan diambil adalah:

$$n = \frac{z^2 1-\alpha/2 P(1-P)}{d^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 - 0,5 / (1-0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,01}$$

$$n = 96,04 = 100$$

Sehingga jika berdasarkan pada rumus di atas, maka n yang didapatkan adalah 96,04 yang jika dibulatkan adalah 100 orang.

Dengan demikian pada penelitian ini setidaknya penulis harus mengambil data dari sampel sekurang-kurangnya 100 orang responden.

D. Variabel dan Indikator Penelitian

1. Variabel Penelitian

Variabel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah dua variabel, yaitu:

- a) Variabel terikat atau dependent variable (Y) adalah variabel penelitian yang diukur untuk mengetahui besarnya efek atau pengaruh variabel lain. Besar efek tersebut diamati dari ada tidaknya, timbul hilangnya, besar-mengecilnya, atau berubahnya variasi yang tampak sebagai akibat perubahan pada variabel lain termaksud.
- b) Variabel bebas atau independent variable (X) yaitu suatu variabel yang variasinya mempengaruhi variabel lain. Dapat pula dikatakan bahwa variabel bebas adalah variabel yang pengaruhnya terhadap variabel lain ingin diketahui. Variabel ini dipilih dan sengaja dimanipulasi oleh peneliti agar efeknya terhadap variabel lain tersebut dapat diamati dan diukur.
- c) Variabel terikat atau dependent variable (Y): Tingkat Penjualan dan Keberkahan Bisnis.
- d) Variabel bebas atau independent variable (X): Sertifikasi Halal dan Kesadaran Halal.

2. Indikator Penelitian

Tabel 3.1

Indikator Penelitian

No	Variabel	Indikator
1	Sertifikasi Halal	- Pemahaman tentang logo halal - Legalitas lembaga sertifikasi - Keterangan sertifikasi halal

		- Kepercayaan konsumen
2	Kesadaran Halal	- Sadar akan halal - Kewajiban bersertifikasi halal - Bahan bakunya halal - Proses pembuatannya
3	Tingkat Penjualan	- Tingkat omzet - Kuantitas penjualan (meningkat) - Laba (meningkat)
4	Keberkahan Bisnis	- Usaha bertambah lancar - Keluarganya harmonis - Kesehatan terjaga

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Kuesioner

Kuesioner yaitu serangkaian pertanyaan tertulis yang digunakan untuk mendapatkan informasi dari responden yang berbentuk laporan tentang kepribadiannya dan apa yang diketahui responden. Bentuk kuesioner yang digunakan adalah Skala Ordinal atau Likert. Menurut Ghozali (2013) skala ordinal atau skala likert, yaitu skala yang berisi lima tingkat preferensi jawaban dengan pilihan sebagai berikut:

STS = Sangat Tidak Setuju diberi skor 1

TS = Tidak Setuju diberi skor 2

CS = Cukup Setuju diberi skor 3

S = Setuju diberi skor 4

SS = Sangat Setuju diberi skor 5

2. Dokumentasi

Pada penelitian digunakan teknik dokumentasi ketika peneliti menggunakan data sekunder dalam penelitiannya. Teknik dokumentasi didefinisikan sebagai cara mengumpulkan data yang dilakukan dengan mencatat atau mengambil data yang telah ada dalam dokumen atau arsip (Djaali, 2020).

F. Teknik Analisis Data

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti menggunakan metode analisis data berupa metode statistik deskriptif dan regresi ordinal. Kemudian perangkat lunak SPSS digunakan sebagai analisis data dalam penelitian ini.

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a) Uji Validitas

Validitas mempunyai arti sejauh mana ketepatan dan kecermatan alat ukur mampu melakukan fungsi ukurnya. Menurut Sugiyono, validitas adalah suatu indeks yang menunjukkan alat ukur itu benar-benar mengukur apa yang hendak diukur. Uji validitas digunakan untuk mengetahui valid tidaknya instrumen pengukuran. Dimana instrumen dikatakan valid apabila dapat mengukur apa yang semestinya diukur atau mampu mengukur apa yang ingin dicari secara tepat. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan teknik korelasi, yaitu dengan membandingkan hasil koefisien korelasi r hitung dengan r tabel. Jika koefisien korelasi r hitung lebih besar dari r tabel maka butir-butir penelitian ini dikatakan valid (Sumarni, 2020).

b) Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau diandalkan. Hal ini menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran itu tetap konsisten bila dilakukan dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama, dengan menggunakan alat ukur yang sama (Sugiyono, 2020).

2. Statistik Deskriptif

Menurut (Sugiyono,2022), statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

3. Pengujian Hipotesis Penelitian

Dikarenakan hipotesisnya berupa asosiatif maka penelitian ini pengujiannya menggunakan rumus sebagai berikut:

a) Uji Spearman Rank

Dalam uji Korelasi Spearman Rank, Sumber data untuk kedua variabel yang akan dikonversikan dapat berasal dari sumber yang tidak sama. Jenis data yang menggunakan uji korelasi ini adalah data yang berbentuk ordinal dan juga data yang berasal dari dua variabel tersebut tidak harus berdistribusi nominal.

Interval koefisien korelasi yang dijadikan pedoman sebagai berikut :

0,00	= tidak ada korelasi
0,01 – 0,199	= sangat rendah
0,20 – 0,399	= rendah
0,40 – 0,599	= sedang
0,60 – 0,799	= kuat
0,80 – 0,999	= sangat kuat

b) Uji Korelasi Kendall W

Korelasi kendall W digunakan untuk mencari hubungan atau korelasi antar dua variabel independen dengan satu variabel dependen dimana masing-masing berskala ordinal.

$$W = \frac{S}{\frac{1}{12}k^2(N^3 - N)}$$

$$S = \sum \left(R_j - \frac{\sum R_j}{N} \right)^2$$

Keterangan:

W = koefisien Konkordansi Kendall W

K = banyaknya variabel

N = banyaknya sampel

R_j = jumlah ranking yang diberikan

S = jumlah kuadrat deviasi observasi dari mean R_j

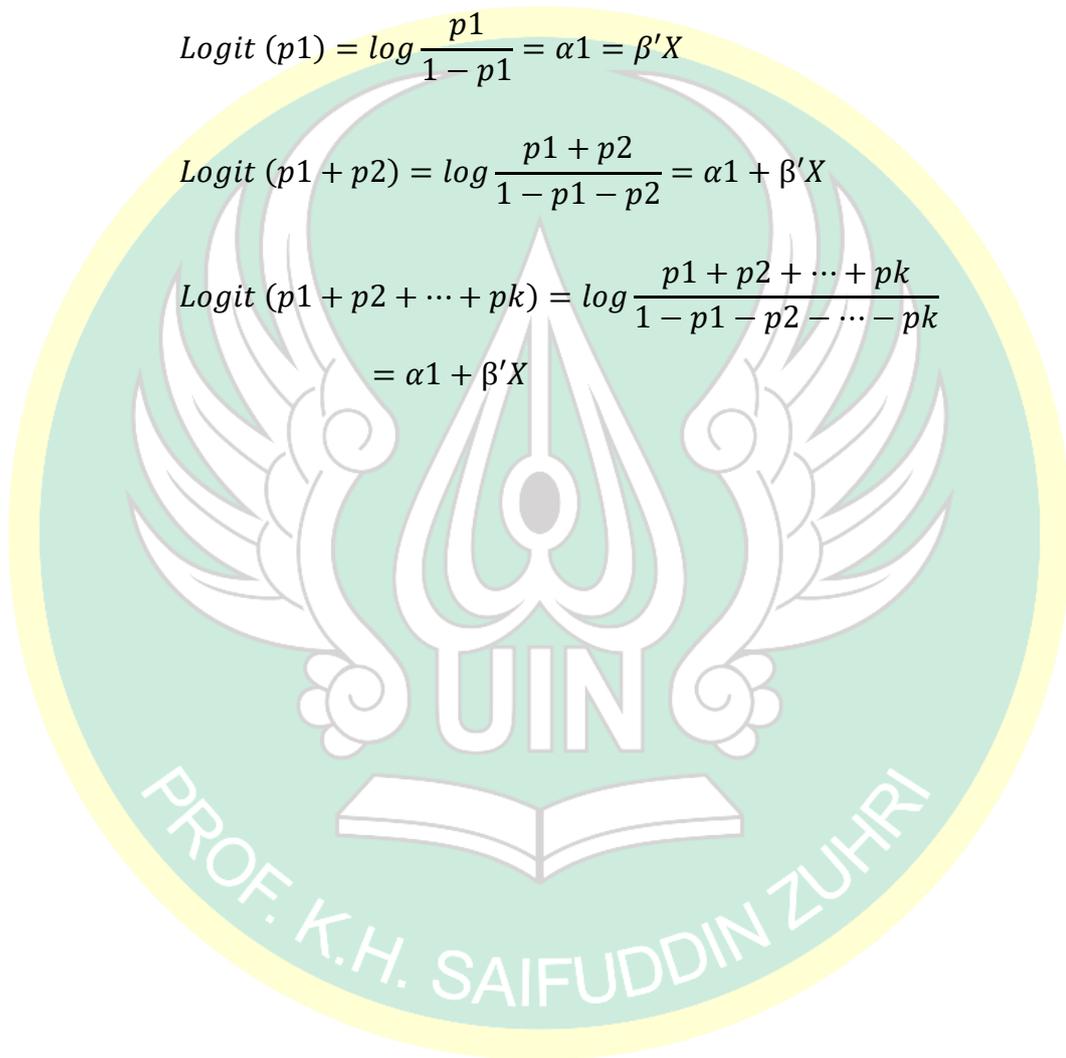
4. Regresi Ordinal

Analisis regresi ordinal merupakan salah satu metode statistika yang menggambarkan hubungan antar suatu variabel respon (Y) dengan lebih dari satu variabel predektor (X), dimana variabel respon lebih dari dua kategori dan skala pengukuran bersifat tingkatan (Hosmer dan Lemeshow, 2000).

$$\text{Logit}(p_1) = \log \frac{p_1}{1 - p_1} = \alpha_1 + \beta'X$$

$$\text{Logit}(p_1 + p_2) = \log \frac{p_1 + p_2}{1 - p_1 - p_2} = \alpha_1 + \beta'X$$

$$\begin{aligned} \text{Logit}(p_1 + p_2 + \dots + p_k) &= \log \frac{p_1 + p_2 + \dots + p_k}{1 - p_1 - p_2 - \dots - p_k} \\ &= \alpha_1 + \beta'X \end{aligned}$$



BAB IV

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum dan Objek Penelitian

Purwokerto merupakan sebuah kota berkembang di bagian barat daya Propinsi Jawa Tengah, Purwokerto sendiri merupakan ibukota Kabupaten Banyumas. Meskipun Purwokerto hanyalah sebatas Ibukota Kabupaten akan tetapi kota ini digolongkan sebagai Ibukota Kabupaten yang maju dan perkembangannya dari tahun ke tahun tergolong pesat. Sehingga Purwokerto menjadi pusat perbelanjaan terbesar di kabupaten Banyumas, hal ini terbukti dengan berkembangnya pelaku usaha di Purwokerto.

Pelaku usaha adalah setiap orang perseorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum maupun bukan badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian menyelenggarakan kegiatan usaha dalam berbagai bidang ekonomi. Pelaku Usaha juga memiliki banyak jenisnya meliputi grosir, UMKM, pengecer dan lain sebagainya.

B. Deskripsi Responden

1. Deskripsi Responden

Responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini yaitu 105 orang yang mempunyai usaha di Purwokerto. Adapun kriteria responden dapat dijelaskan dari beberapa kategori diantaranya: jenis Kelamin, umur, tingkat pendidikan, pekerjaan dan produknya sudah terjamin kehalalannya. Hasil analisis deskriptif karakteristik responden adalah sebagai berikut:

a) Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Hasil kuesioner yang telah diolah, peneliti menemukan data responden berdasarkan jenis kelamin sebagai berikut:

Tabel 4.1
Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
Laki-laki	38	35,8%
Perempuan	67	64,2%
Total	105	100%

Berdasarkan tabel 4 diatas, dapat dilihat karakteristik jenis kelamin laki-laki berjumlah 38 orang (35,8%), dan perempuan berjumlah 67 orang (64,2%). Data yang diperoleh menunjukkan bahwa pelaku usaha di Purwokerto didominasi oleh perempuan dengan jumlah 67 orang (64,2%).

b) Responden Berdasarkan Umur

Hasil kuesioner yang telah diolah, peneliti menemukan data responden berdasarkan jenis kelamin sebagai berikut:

Tabel 4.2
Responden Berdasarkan Umur

Umur	Frekuensi	Presentase
> 20 Tahun	8	7,5%
21-30 Tahun	66	63,2%
31-40 Tahun	31	29,3%
41-50 Tahun	0	0%
< 50 Tahun	0	0%
Total	105	100%

Berdasarkan tabel 5 diatas, dapat dilihat karakteristik umur > 20 tahun berjumlah 8 orang (7,5%), umur 21-30 tahun berjumlah 66 (63,2%), umur 31-40 tahun berjumlah 31 (29,3%), umur 41-50 tahun berjumlah 0 (0%), dan umur > 50 tahun berjumlah 0 (0%). Data yang diperoleh menunjukkan bahwa pelaku usaha di Purwokerto didominasi oleh usia 21-30 Tahun dengan jumlah 66 orang (63,2%).

c) Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Adapun kriteria responden yang termasuk dalam tingkat pendidikan seperti: SD, SMP, SMA/SMK/MA, Diploma dan Sarjana. Hasil kuesioner yang telah diolah, peneliti menemukan data responden berdasarkan tingkat pendidikan sebagai berikut:

Tabel 4.3
Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Tingkat Pendidikan	Frekuensi	Presentase
SD	0	0%
SMP	8	7,5%
SMA/SMK/MA	60	56,6%
Diploma	9	8,5%
Sarjana	28	27,4%
Total	105	100%

Berdasarkan tabel 6 diatas, dapat dilihat karakteristik tingkat pendidikan dengan kriteria SD berjumlah 0 orang (0%), SMP berjumlah 8 orang (7,5%), SMA/SMK/MA berjumlah 60 orang (56,6%), Diploma berjumlah 9 orang (8,5%), dan Sarjana berjumlah

28 orang (27,4%). Data yang diperoleh menunjukkan bahwa pelaku usaha di Purwokerto didominasi oleh kelompok SMA/SMK/MA dengan jumlah 60 orang (56,6%).

d) Responden Berdasarkan Pekerjaan

Hasil kuesioner yang telah diolah, peneliti menemukan data responden berdasarkan jenis kelamin sebagai berikut:

Tabel 4.4
Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi	Presentase
Wirausaha	45	43,5%
Wiraswasta	13	12,3%
Karyawan Swasta	7	6,8%
Pelajar/Mahasiswa	18	17%
Lainnya	22	20,4%
Total	105	100%

Berdasarkan tabel 7 diatas, dapat dilihat karakteristik pekerjaan dengan kriteria wirausaha berjumlah 45 orang (43,5%), wiraswasta berjumlah 13 orang (12,3%), karyawan swasta berjumlah 7 orang (6,8%), pelajar/mahasiswa berjumlah 18 orang (17%), dan lainnya berjumlah 22 orang (20,4%). Data yang diperoleh menunjukkan bahwa pelaku usaha di Purwokerto didominasi oleh kelompok wirausaha dengan jumlah 45 orang (43,5%)

e) Responden Berdasarkan Kategori Sudah/Belum Produknya Terjamin Kehalalannya

Hasil kuesioner yang telah diolah, peneliti menemukan data responden berdasarkan kategori sudah/belum produknya terjamin kehalalannya sebagai berikut:

Tabel 4.5
Responden Berdasarkan Kategori Sudah/Belum
Produknya Terjamin Kehalalannya

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
Sudah	101	96,2%
Belum	4	3,8%
Total	105	100%

Berdasarkan tabel 8 diatas, dapat dilihat karakteristik sudah/belum produknya terjamin kehalalannya, dengan kategori sudah terjamin kehalalannya berjumlah 101 orang (96,2%), dan kategori belum terjamin kehalalannya berjumlah 4 orang(%). Data yang diperoleh menunjukkan bahwa pelaku usaha di Purwokerto didominasi oleh kategori sudah terjamin kehalalannya dengan jumlah 101 orang (96,2%)

C. Hasil dan Analisis Data

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu ukuran yang mengacu kepada derajat kesesuaian antara data yang dikumpulkan dan data sebenarnya dalam sumber data. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan bantuan program SPSS. Data pada uji validitas dapat dinyatakan valid apabila nilai r hitung $>$ r tabel dan apabila r hitung $<$ r tabel maka data tersebut dinyatakan tidak valid (Bayu, dkk., 2020).

Adapun kriteria pada uji validitas ini sebagai berikut:

- jika r hitung $>$ r tabel, maka indikator atau pernyataan tersebut dinyatakan valid.
- jika r hitung $<$ r tabel, maka indikator atau pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid. Kemudian untuk menentukan r tabel dapat dilihat melalui dignifikasi 0,05. berikut ini hasil dari nilai r tabel;

$$r \text{ tabel} = df2 = N-2$$

$$= 105-2$$

$$= 103 = 0,1614.$$

Uji validitas dilakukan pada setiap variabel. Berikut hasil pengujian validitas tiap variabel:

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas Variabel Sertifikasi Halal

Variabel	Item Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Sertifikasi Halal (X ₁)	1	0,729	0,1614	Valid
	2	0,716	0,1614	Valid
	3	0,837	0,1614	Valid
	4	0,731	0,1614	Valid
Kesadaran Halal (X ₂)	1	0,795	0,1614	Valid
	2	0,623	0,1614	Valid
	3	0,799	0,1614	Valid
	4	0,731	0,1614	Valid
Tingkat Penjualan (Y ₁)	1	0,971	0,1614	Valid
	2	0,982	0,1614	Valid
	3	0,972	0,1614	Valid
Keberkahan	1	0,928	0,1614	Valid

Bisnis (Y ₂)	2	0,881	0,1614	Valid
	3	0,906	0,1614	Valid

Sumber: Hasil Olah Data SPSS

Berdasarkan tabel 9, Menunjukkan hasil validasi setiap variabel. Semua item pernyataan mempunyai kriteria valid, karena nilai r hitung lebih besar daripada r tabel. Maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel dalam setiap item pernyataan dinyatakan valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana alat ukur dapat memberikan hasil yang konsisten dan stabilitas. teknik yang digunakan untuk menilai reliabilitas yaitu *Cronbach's Alpha* suatu instrument dikatakan reliabel apabila nilai *alpha* lebih dari 0,60.

Tabel 4.7

Hasil Uji Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbachs Alpha	N of Item
.838	14

Sumber: Hasil Olah Data SPSS

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui nilai Cronbach's Alpha sebesar $0,838 > 0,60$. Maka kuesioner dinyatakan konsisten atau reliabel.

Tabel 4.8

Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Nilai Hitung Cronbach's Alpha	Keterangan
1	Sertifikasi Halal(X ₁)	0,718	Reliabel
2	Kesadaran Halal(X ₂)	0,733	Reliabel
3	Tingkat Penjualan(Y ₁)	0,974	Reliabel
4	Keberkahan Bisnis(Y ₂)	0,889	Reliabel

Sumber: Hasil Olah Data SPSS

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan hasil uji reliabilitas ini memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60. Maka dapat disimpulkan semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini diantaranya Sertifikasi Halal(X₁), Kesadaran Halal(X₂), Tingkat Penjualan(Y₁) dan Keberkahan Bisnis(Y₂) dikatakan reliabel dan dapat digunakan untuk menguji hipotesis.

3. Statistik Deskriptif

Hasil analisis deskriptif dari jawaban responden melalui kuesioner dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.9

Descriptive Statistics

	N	Minimu m	Maximu m	Mean	Std. Deviation
Sertifikasi Halal	105	14	20	18.16	1.671
Kesadaran Halal	105	12	20	17.79	1.725
Tingkat Penjualan	105	3	15	11.62	2.900

Keberkahan Bisnis	105	3	15	12.20	2.021
Valid N (listwise)	105				

Sumber: Hasil Olah Data SPSS

Berdasarkan hasil uji descriptive statistics diatas, dapat digambarkan distribusi data yang didapat oleh peneliti adalah:

- Variabel Sertifikasi Halal(X1) dari data diatas bisa di deskripsikan bahwa nilai minimum sebesar 14 dan nilai maksimum sebesar 20, nilai rata-rata sertifikasi halal sebesar 18,16 dan standar deviasi data sertifikasi halal adalah 1,671. Dengan nilai standar deviasi $< \text{mean}$ ($1,671 < 18,16$) maka data dalam keadaan tersebar dengan baik.
- Variabel Kesadaran Halal(X2) dari data diatas bisa di deskripsikan bahwa nilai minimum sebesar 12 dan nilai maksimum sebesar 20, nilai rata-rata kesadaran halal sebesar 17,79 dan standar deviasi data kesadaran halal adalah 1,725. Dengan nilai standar deviasi $< \text{mean}$ ($1,725 < 17,79$) maka data dalam keadaan tersebar dengan baik.
- Variabel tingkat penjualan(Y1) dari data diatas bisa di deskripsikan bahwa nilai minimum sebesar 3 dan nilai maksimum sebesar 15, nilai rata-rata tingkat penjualan sebesar 11,62 dan standar deviasi data tingkat penjualan adalah 2,900. Dengan nilai standar deviasi $< \text{mean}$ ($2,900 < 11,62$) maka data dalam keadaan tersebar dengan baik.
- Variabel keberkahan bisnis(Y2) dari data diatas bisa di deskripsikan bahwa nilai minimum sebesar 3 dan nilai maksimum sebesar 15, nilai rata-rata keberkahan bisnis sebesar 12,20 dan standar deviasi data keberkahan bisnis

adalah 2,021. Dengan nilai standar deviasi < mean (2,021 < 12,20) maka data dalam keadaan tersebar dengan baik.

4. Hasil Uji Hipotesis

a. Hasil Korelasi Rank Spearman

Uji korelasi *Rank Spearman* berfungsi untuk menunjukkan korelasi atau hubungan antara 2 variabel dimana masing-masing variabel berskala ordinal. Jika nilai sig. (2-tailed) lebih besar dari 0.05 maka tidak ada hubungan antar variabel. Sebaliknya jika nilai sig. (2-tailed) kurang dari 0.05 maka ada hubungan antarvariabel

- 1) Hubungan Variabel Sertifikasi Halal dan Kesadaran Halal dengan Variabel Tingkat Penjualan.
 - a) Hubungan Variabel Sertifikasi Halal (X1) dengan Variabel Tingkat Penjualan (Y1)

Tabel 4.10
Tabel Hasil Uji Rank Spearman Sertifikasi Halal (X1) dengan Variabel
Tingkat Penjualan (Y1)
Correlations

			Sertifikasi Halal	Tingkat Penjualan
Spearman's rho	Sertifikasi Halal	Correlation Coefficient	1.000	.489**
		Sig. (2-tailed)		0.000
		N	105	105
	Tingkat Penjualan	Correlation Coefficient	.489**	1,000
		Sig. (2-tailed)	0.000	
		N	105	105

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Tabel di atas merupakan hasil dari uji korelasi *Rank Spearman* yang menggambarkan hubungan antara Sertifikasi Halal (X1) dengan Variabel Tingkat Penjualan (Y1). Nilai N menunjukkan jumlah sampel penelitian yaitu sebanyak 105 responden. Koefisien korelasi menghasilkan angka 0,489 yang berarti bahwa antara Sertifikasi Halal (X1) dengan Variabel Tingkat Penjualan (Y1) memiliki hubungan cukup kuat dengan arah positif atau searah. Artinya semakin tingginya Sertifikasi Halal maka semakin tinggi faktor dari Tingkat Penjualan. Kemudian untuk nilai signifikansi Sig. (2-tailed) nilainya adalah 0.000 atau nilainya lebih kecil dari 0,05 ($< 0,05$) yang berarti terdapat hubungan yang signifikan antara Sertifikasi Halal (X1) dengan Variabel Tingkat Penjualan (Y1). Artinya, H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara Sertifikasi Halal dengan Tingkat Penjualan.

b) Hubungan variabel Kesadaran Halal (X2) Terhadap Tingkat Penjualan (Y1)

Tabel 4.11

Tabel Hasil Uji Rank Spearman Kesadaran Halal (X2) terhadap Tingkat Penjualan (Y1)

Correlations

			Sertifikasi Halal	Tingkat Penjualan
Spearman's rho	Kesadaran Halal	Correlation Coefficient	1.000	.408**
		Sig. (2-tailed)		.000
		N	105	105

Tingkat Penjualan	Correlation Coefficient	.408**	1,000
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	105	105

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Tabel di atas merupakan hasil dari uji korelasi *Rank Spearman* yang menggambarkan hubungan antara Kesadaran Halal (X2) terhadap Tingkat Penjualan (Y1). Nilai N menunjukkan jumlah sampel penelitian yaitu sebanyak 105 responden. Koefisien korelasi menghasilkan angka 0,408 yang berarti bahwa antara Kesadaran Halal (X2) terhadap Tingkat Penjualan (Y1) memiliki hubungan yang cukup kuat dengan arah positif atau searah. Artinya semakin Kesadaran Halal maka semakin tinggi pula faktor Tingkat Penjualan. Kemudian untuk nilai signifikansi Sig. (2-tailed) nilainya adalah 0.000 atau nilainya lebih kecil dari 0,05 ($< 0,05$) yang berarti terdapat hubungan yang signifikan antara Kesadaran Halal (X2) terhadap Tingkat Penjualan (Y1). Artinya, H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara Kesadaran Halal (X2) terhadap Tingkat Penjualan (Y1).

- 2) Hubungan variabel Sertifikasi Halal dan Kesadaran Halal dengan variabel Keberkahan Bisnis
 - a) Hubungan variabel Sertifikasi Halal (X1) dengan variabel Keberkahan Bisnis (Y2)

Tabel 4.12

Tabel Hasil Uji Rank Spearman Sertifikasi Halal (X1) dengan Variabel Keberkahan Bisnis (Y2)

Correlations

			Sertifikasi Halal	Tingkat Penjualan
Spearman's rho	Sertifikasi Halal	Correlation Coefficient	1.000	.571**
		Sig. (2-tailed)		.000
		N	105	105
	Keberkahan Bisnis	Correlation Coefficient	.571**	1,000
		Sig. (2-tailed)	.000	
		N	105	105

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Tabel di atas merupakan hasil dari uji korelasi Rank Spearman yang menggambarkan hubungan antara Sertifikasi Halal (X1) dengan Variabel Keberkahan Bisnis (Y2). Nilai N menunjukkan jumlah sampel penelitian yaitu sebanyak 105 responden. Koefisien korelasi menghasilkan angka 0,571 yang berarti bahwa Sertifikasi Halal (X1) dengan Variabel Keberkahan Bisnis (Y2) memiliki hubungan yang cukup kuat dengan arah positif atau searah. Artinya semakin tinggi Sertifikasi Halal maka semakin tinggi faktor dari Keberkahan Bisnis. Kemudian untuk nilai signifikansi Sig. (2-tailed) nilainya adalah 0,000 atau nilainya lebih kecil dari 0,05 ($< 0,05$) yang berarti terdapat hubungan yang signifikan antara Sertifikasi Halal (X1) dengan Variabel Keberkahan Bisnis (Y2). Artinya, H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara Sertifikasi Halal (X1) dengan Variabel Keberkahan Bisnis (Y2). Hal ini berarti H_0 ditolak dan H_a diterima.

- b) Hubungan Kesadaran Halal (X2) dengan variabel Keberkahan Bisnis (Y2)

Tabel 4.13

Tabel Hasil Uji Rank Spearman Kesadaran Halal (X2) dengan Variabel Keberkahan Bisnis (Y2)
Correlations

			Sertifikasi Halal	Tingkat Penjualan
Spearman's rho	Kesadaran Halal	Correlation Coefficient	1.000	.381**
		Sig. (2-tailed)		.000
		N	105	105
	Keberkahan Bisnis	Correlation Coefficient	.381**	1,000
		Sig. (2-tailed)	.000	
		N	105	105

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Tabel di atas merupakan hasil dari uji korelasi Rank Spearman yang menggambarkan hubungan antara Variabel Kesadaran Halal (X2) dengan Variabel Keberkahan Bisnis (Y2). Nilai N menunjukkan jumlah sampel penelitian yaitu sebanyak 105 responden. Koefisien korelasi menghasilkan angka 0,381 yang berarti bahwa Kesadaran Halal (X2) dengan Variabel Keberkahan Bisnis (Y2) memiliki hubungan yang lemah dengan arah positif atau searah. Artinya semakin tinggi Sertifikasi Halal maka semakin

tinggi faktor dari Keberkahan Bisnis. Kemudian untuk nilai signifikansi Sig. (2-tailed) nilainya adalah 0,000 atau nilainya lebih kecil dari 0,05 ($< 0,05$) yang berarti terdapat hubungan yang signifikan antara Variabel Kesadaran Halal (X2) dengan Variabel Keberkahan Bisnis (Y2). Artinya, H0 ditolak dan Ha diterima, sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara Variabel Kesadaran Halal (X2) dengan Variabel Keberkahan Bisnis (Y2). Hal ini berarti H0 ditolak dan Ha diterima.

b. Uji Korelasi Kedall W

Merupakan uji yang berfungsi untuk mengetahui korelasi atau hubungan antara dua atau lebih variabel independen dengan satu variabel dependen dimana masing-masing variabel berskala ordinal. Hasil uji Korelasi Kendall W dengan aplikasi SPSS statistics 26 adalah sebagai berikut:

Tabel 4.14

Tabel Hasil Uji Korelasi Kendall W

Ranks	
	Mean Rank
Sertifikasi Halal	3,61
Kesadaran Halal	3,39
Tingkat Penjualan	1,48
Keberkahan Bisnis	1,52

Pada bagian ranks, mean rank yang digunakan dari ketiga variabel penelitian yaitu masing-masing Sertifikasi Halal (X1) sebesar 3,61 variabel Kesadaran Halal (X2) 3,39, variabel Tingkat Penjualan (Y1) 1,48 dan Keberkahan Bisnis (Y2) adalah 1,52.

Tabel 4.15
Tabel Hasil Uji Korelasi Kendall W
Test Statistics

N	105
Kendall's W ^a	,892
Chi-Square	280,867
Df	3
Asymp. Sig.	,000

a. Kendall's Coefficient of Concordance

Tabel hasil test statistics menunjukkan jumlah responden atau N adalah sebesar 105 responden dengan nilai Konkordansi Kendall W adalah 0,892. Nilai tersebut menunjukkan antara Sertifikasi Halal dan Kesadaran Halal dengan Tingkat Penjualan dan Keberkahan Bisnis memiliki hubungan atau korelasi sangat kuat dan arahnya positif. Kemudian nilai *Asymp. Sig* berada pada angka 0,000 yang berarti nilainya kurang dari 0,05 ($<0,05$) sehingga keputusan uji adalah H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara Sertifikasi Halal dan Kesadaran Halal dengan Tingkat Penjualan dan Keberkahan Bisnis.

5. Hasil Analisis Regresi Ordinal

Penelitian ini menggunakan model regresi ordinal untuk mencari pengaruh variabel independen yaitu Sertifikasi Halal dan Kesadaran Halal terhadap variabel dependen yaitu Tingkat Penjualan dan Keberkahan Bisnis. Hasil uji regresi ordinal dengan aplikasi SPSS statistics 26 adalah sebagai berikut.

- a. Hasil Analisis Regresi Ordinal Variabel Sertifikasi Halal dan Kesadaran Halal terhadap Tingkat Penjualan

Tabel 4.16
Tabel Hasil Uji Regresi Ordinal
Case Processing Summary

		N	Marginal Percentage
Tingkat Penjualan Rendah		3	2,9%
	Sedang	25	23,8%
	Tinggi	77	73,3%
Sertifikasi Halal	Tinggi	105	100,0%
Kesadaran Halal	Sedang	1	1,0%
	Tinggi	104	99,0%
Valid		105	100,0%
Missing		0	
Total		105	

Tabel *Case Processing Summary* menjelaskan bahwa semua data yang berjumlah 105 dapat diproses karena tidak ada yang termasuk dalam kategori missing. Berdasarkan tabel di atas dapat dipahami bahwa variabel Sertifikasi Halal semuanya berkategori tinggi adalah 105 responden atau 100%. Kemudian untuk variabel Kesadaran Halal dengan kategori rendah adalah 0 responden atau 0%, kategori sedang 1 responden atau 1,0 %, dan kategori tinggi 104 responden atau 99,0%. Kemudian untuk variabel Tingkat Penjualan dengan kategori tidak berhasil sebanyak 3 responden atau 2,9% , kategori sedang sebanyak 25 responden atau 23,8%, dan kategori tinggi sebanyak 77 atau 73,3%.

1) Uji Keberartian Model

Uji keberartian model memberikan informasi apakah dengan adanya variabel independen didalam sebuah model regresi hasilnya lebih baik dibandingkan dengan model yang hanya memasukan *intercept* saja. Dasar pengambilan keputusan yaitu dengan melihat apakah terjadi penurunan nilai *-2 log Likelihood* dari *Intercept Only* ke *Final*, jika terjadi penurunan nilai tersebut maka model regresi hasilnya lebih baik.

Tabel 4.17
Tabel Uji Keberartian Model
Model Fitting Information

Model	-2 Log Likelihood	Chi-Square	df	Sig.
Intercept Only	10,616			
Final	8,882	1,734	1	,188

Link function: Logit.

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa terjadi penurunan nilai *-2 Log Likelihood* dari *Intercept Only* ke *Final* yaitu 10,616 ke 8,882 dengan tingkat signifikansi pada $p=1,188$. Artinya model dengan adanya variabel independen lebih baik dibandingkan dengan model yang hanya dengan *intercept*.

2) Uji Kecocokan Model (*Goodness of Fit*)

Uji ini digunakan untuk menggambarkan apakah model regresi ordinal layak atau tidak untuk digunakan. Hasil uji kecocokan model sebagai berikut.

Tabel 4.18
Tabel Uji Kecocokan Model
Goodness-of-Fit

	Chi-Square	Df	Sig.
Pearson	,797	1	,372
Deviance	1,167	1	,280

Link function: Logit.

Hipotesis yang diuji adalah H_0 : model layak untuk digunakan dan H_1 : model tidak layak digunakan. Berdasarkan tabel dapat diketahui bahwa nilai signifikansinya Pearson yaitu 0,372 yang $> 0,05$. Kriteria pengujian adalah tolak H_0 jika nilai signifikansinya kurang dari 0,05. Karena nilai uji deviance pada tabel di atas memiliki signifikansi 0,280 atau lebih dari 0,05 maka keputusan yang diambil adalah terima H_0 . Artinya, model regresi ordinal layak untuk digunakan.

3) Koefisien Determinasi Model

Nilai koefisien determinasi model dapat dilihat pada nilai *Cox and Snell*, *Nagelkerke*, dan *McFadden* sebagai berikut.

Tabel 4.19

Tabel Koefisien Determinasi Model

Pseudo R-Square	
Cox and Snell	,016
Nagelkerke	,022
McFadden	,012

Link function: Logit.

Berdasarkan tabel dapat dipahami bahwa nilai koefisien determinasi dilihat dari model *Cox and Snell* yaitu 0,016, *Nagelkerke* 0,022, dan *McFadden* 0,012. Nilai koefisien *Nagelkerke* menunjukkan pengaruh variabel independen Sertifikasi

Halal dan Kesadaran Halal terhadap Tingkat Penjualan sebesar 2,2%. Sehingga sisa sebanyak 97,8% Tingkat Penjualan (Y1) dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti

4) Model Regresi

Pendugaan model regresi ordinal dari Sertifikasi Halal dan Kesadaran Halal terhadap Tingkat Penjualan (Y1) adalah sebagai berikut.

Tabel 4.20
Tabel Model Regresi Sertifikasi Halal dan Kesadaran Halal terhadap
Tingkat Penjualan

Parameter Estimates

		Estimate	Std. Error	Wald	Df	Sig.	95% Confidence Interval	
							Lower Bound	Upper Bound
Threshold	[Y1 = 1]	9,059	2,515	12,973	1	,000	4,129	13,988
	[Y1 = 2]	14,764	3,961	13,890	1	,000	7,000	22,528
Location	[X1=3]	1,425	0,673	4,489	1	,034	,107	2,744
	[X2=2]	1,476	0,523	7,969	1	,005	,451	2,501
	[X2=3]	.	.	.	0	.	.	.

Berdasarkan pada rumus pada bab III, nilai α merupakan variabel nilai konstanta yang ditunjukkan pada kolom *Estimates* baris *Threshold* dengan masing-masing nilai sebesar 9,059 dan 14,764. Sedangkan nilai β merupakan nilai variabel prediktor yang ditunjukkan pada kolom *Estimates* baris *Location* dengan masing-

masing nilai untuk variabel Sertifikasi Halal sebesar 1,425, dan Kesadaran Halal sebesar 1,476. Sehingga diperoleh persamaan model regresi ordinal :

$$\text{Logit } (Y_0) = 9,059 + 1,425_{x_1} + 1,476_{x_2}$$

$$\text{Logit } (Y_1) = 14,764 + 1,425_{x_1} + 1,476_{x_2}$$

Hasil uji parameter *wald* pada tabel menggambarkan bahwa nilai signifikansi pada masing-masing variabel baik variabel sertifikasi halal dan kesadaran halal adalah kurang dari α ($<0,05$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga diambil kesimpulan terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel variabel Sertifikasi Halal dan kesadaran halal terhadap Tingkat Penjualan.

- b. Hasil Analisis Regresi Ordinal Variabel Sertifikasi Halal dan Kesadaran Halal terhadap Keberkahan Bisnis

Tabel 4,21

Tabel Hasil Uji Regresi Ordinal

Case Processing Summary			
		N	Marginal Percentage
Keberkahan Bisnis	Rendah	1	1,0%
	Sedang	17	16,2%
	Tinggi	87	82,9%
Sertifikasi Halal	Tinggi	105	100,0%
Kesadaran Halal	Sedang	1	1,0%
	Tinggi	104	99,0%
Valid		105	100,0%
Missing		0	

Total	105	
-------	-----	--

Tabel *Case Processing Summary* menjelaskan bahwa semua data yang berjumlah 105 dapat diproses karena tidak ada yang termasuk dalam kategori missing. Berdasarkan tabel di atas dapat dipahami bahwa variabel Sertifikasi Halal semuanya berkategori tinggi adalah 105 responden atau 100%. Kemudian untuk variabel Kesadaran Halal dengan kategori rendah adalah 0 responden atau 0%, kategori sedang 1 responden atau 1,0 %, dan kategori tinggi 104 responden atau 99,0%. Kemudian untuk variabel Keberkahan Bisnis dengan kategori tidak berhasil sebanyak 1 responden atau 1,0% %, kategori sedang sebanyak 17 responden atau 16,2%, dan kategori tinggi sebanyak 87 atau 82,9%

1) Uji Keberartian Model

Uji keberartian model memberikan informasi apakah dengan adanya variabel independen didalam sebuah model regresi hasilnya lebih baik dibandingkan dengan model yang hanya memasukan *intercept* saja. Dasar pengambilan keputusan yaitu dengan melihat apakah terjadi penurunan nilai $-2 \log Likelihood$ dari *Intercept Only* ke *Final*, jika terjadi penurunan nilai tersebut maka model regresi hasilnya lebih baik.

Tabel 4.22
Tabel Uji Keberartian Model
Model Fitting Information

Model	-2 Log Likelihood	Chi-Square	Df	Sig.
Intercept Only	10,135			
Final	7,299	2,836	1	,092

Link function: Logit.

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa terjadi penurunan nilai *-2 Log Likelihood* dari *Intercept Only* ke *Final* yaitu 10,135 ke 7,299 dengan tingkat signifikansi pada $p=0,92$. Artinya model dengan adanya variabel independen lebih baik dibandingkan dengan model yang hanya dengan *intercept*.

2) Uji kecocokan Model (*Goodness of Fit*)

Uji ini digunakan untuk menggambarkan apakah model regresi ordinal layak atau tidak untuk digunakan. Hasil uji kecocokan model sebagai berikut.

Tabel 4.23
Tabel Uji Kecocokan Model
Goodness-of-Fit

	Chi-Square	Df	Sig.
Pearson	,550	1	,458
Deviance	,856	1	,355

Link function: Logit.

Hipotesis yang diuji adalah H_0 : model layak untuk digunakan dan H_1 : model tidak layak digunakan. Berdasarkan tabel dapat diketahui bahwa nilai signifikansinya Pearson yaitu 0,458 yang $> 0,05$. Kriteria pengujian adalah tolak H_0 jika nilai signifikansinya kurang dari 0,05. Karena nilai uji *deviance* pada tabel di atas memiliki signifikansi 0,355 atau lebih dari 0,05 maka keputusan yang diambil adalah terima H_0 . Artinya, model regresi ordinal layak untuk digunakan.

3) Koefisien Determinasi Model

Nilai koefisien determinasi model dapat dilihat pada nilai *Cox and Snell*, *Nagelkerke*, dan *McFadden* sebagai berikut.

Tabel 4.24**Tabel Koefisien Determinasi Model**

Pseudo R-Square	
Cox and Snell	,027
Nagelkerke	,042
McFadden	,027

Link function: Logit.

Berdasarkan tabel dapat dipahami bahwa nilai koefisien determinasi dilihat dari model *Cox and Snell* yaitu 0,027 , *Nagelkerke* 0,042, dan *McFadden* 0,027. Nilai koefisien *Nagelkerke* menunjukkan pengaruh variabel independen Sertifikasi Halal dan Kesadaran Halal terhadap Keberkahan Bisnis sebesar 4,2%. Sehingga sisa sebanyak 95,8% Keberkahan Bisnis (Y2) dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti.

4) Model Regresi

Pendugaan model regresi ordinal dari Sertifikasi Halal (X1) dan Kesadaran Halal (X2) terhadap Keberkahan Bisnis (Y2) adalah sebagai berikut:

Tabel 4.25

Tabel Model Regresi Sertifikasi Halal dan Kesadaran Halal terhadap Keberkahan Bisnis

Parameter Estimates

		Estimate	Std. Error	Wald	Df	Sig.	95% Confidence Interval	
							Lower Bound	Upper Bound
Threshold	[Y2 = 1]	-5,213	,440	140,389	1	,000	-6,075	-4,351
	[Y2 = 2]	-1,630	,265	37,866	1	,000	-2,150	-1,111
Location	[X1=3]	-3,244	2,159	2,257	1	,003	-7,476	,988
	[X2=2]	-2,644	,484	29,802	1	,000	-3,593	-1,695

[X2=3]

0

Link function: Logit.

a. This parameter is set to zero because it is redundant.

Berdasarkan pada rumus diatas, nilai α merupakan variabel nilai konstanta yang ditunjukkan pada kolom *Estimates* baris *Threshold* dengan masing-masing nilai sebesar -5,213 dan -1,630. Sedangkan nilai β merupakan nilai variabel prediktor yang ditunjukkan pada kolom *Estimates* baris *Location* dengan masing-masing nilai untuk variabel Sertifikasi Halal sebesar -3,244, variabel Kesadaran Halal sebesar -2,644. Sehingga diperoleh persamaan model regresi ordinal :

$$\text{Logit}(Y_0) = -5,213 - 3,244_{x1} - 2,644_{x2}$$

$$\text{Logit}(Y_1) = -1,630 - 3,244_{x1} + 2,644_{x2}$$

Hasil uji parameter *wald* pada tabel menggambarkan bahwa nilai signifikansi pada masing-masing variabel baik variabel sertifikasi halal dan kesadaran halal adalah kurang dari α ($<0,05$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga diambil kesimpulan terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel variabel Sertifikasi Halal dan Kesadaran Halal Terhadap Keberkahan Bisnis.

D. Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui ada atau tidak pengaruh Sertifikasi Halal dan Kesadaran Halal Terhadap Tingkat Penjualan dan Keberkahan Bisnis pada Pelaku Usaha di Purwokerto. Setelah melakukan pengolahan data, peneliti mendapatkan hasil sebagai berikut:

1. Pengaruh Sertifikasi Halal (X1) Terhadap Tingkat Penjualan (Y1) Pada Pelaku Usaha di Purwokerto.

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan oleh peneliti, terdapat korelasi positif dan signifikan antara variabel Sertifikasi Halal dengan variabel Tingkat Penjualan. Hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien korelasi Spearman Rank yaitu 0,489 yang berarti bahwa antara variabel Sertifikasi Halal dan variabel Tingkat Penjualan memiliki hubungan positif atau searah dengan tingkat kekuatan korelasi cukup kuat. Artinya semakin tinggi Sertifikasi Halal maka semakin tinggi juga Tingkat Penjualan. Uji korelasi Spearman Rank juga menunjukkan untuk nilai signifikansi Sig. (2-tailed) nilainya sebesar 0,000 atau nilainya lebih kecil dari 0,05 ($< 0,05$) yang berarti terdapat korelasi atau hubungan signifikan antara Sertifikasi Halal dan Tingkat Penjualan, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Kemudian hasil uji regresi ordinal tabel *parameter estimates* antara Sertifikasi Halal mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Tingkat Penjualan (sig. = 0,034) dengan nilai estimates sebesar 1,425. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Sertifikasi Halal dan Tingkat Penjualan. Hasil dari perhitungan tersebut didukung oleh jawaban responden pada pernyataan yang dengan sadar bahwa rata-rata responden memiliki kepercayaan dengan adanya sertifikasi halal kepercayaan konsumen akan menjadi lebih kuat. Kemudian dalam hal ini, responden yang memiliki kepercayaan tersebut maka akan melakukan sertifikasi halal pada produknya supaya dapat menaikkan tingkat penjualan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Ahda Segati (2018) yang dalam penelitian tersebut menyebutkan bahwa terdapat pengaruh antara sertifikasi halal terhadap peningkatan penjualan. Dalam penelitian lainnya yang dilakukan oleh Taufik Alwi, Sunarso dan R. Titin Maidarti (2019) juga menyebutkan bahwa sertifikasi halal berpengaruh signifikan dalam arah yang positif terhadap peningkatan penjualan produk halal.

2. Pengaruh Kesadaran Halal (X2) Terhadap Tingkat Penjualan (Y1) Pada Pelaku Usaha di Purwokerto.

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan oleh peneliti, terdapat korelasi positif dan signifikan antara variabel Kesadaran Halal dengan variabel Tingkat Penjualan. Hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien korelasi Spearman Rank yaitu 0,408 yang berarti bahwa antara variabel Kesadaran Halal dan variabel Tingkat Penjualan memiliki hubungan positif atau searah dengan tingkat kekuatan korelasi cukup kuat. Artinya semakin tinggi Kesadaran Halal maka semakin tinggi juga Tingkat Penjualan. Uji korelasi Spearman Rank juga menunjukkan untuk nilai signifikansi Sig. (2-tailed) nilainya sebesar 0,000 atau nilainya lebih kecil dari 0,05 ($< 0,05$) yang berarti terdapat korelasi atau hubungan signifikan antara Kesadaran Halal dan Tingkat Penjualan, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Kemudian hasil uji regresi ordinal tabel parameter estimates antara Kesadaran Halal mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Tingkat Penjualan (sig. = 0,005) dengan nilai estimates sebesar 1,476. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Kesadaran Halal dan Tingkat Penjualan. Hasil dari perhitungan tersebut didukung oleh jawaban responden pada pernyataan yang sadar bahwa rata-rata responden sadar akan halal. Sehingga dalam hal ini ketika seseorang sudah paham akan betapa pentingnya produk halal, secara tidak langsung maka orang itu akan berusaha untuk mensertifikasi kehalalannya pada produknya.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Izzuddin (2018) yang dalam penelitian tersebut menunjukkan bahwa kesadaran halal berpengaruh terhadap minat beli nasi pecel garahan jember. Dalam penelitian lainnya yang dilakukan oleh Aditya Tamara (2021) yang dalam penelitian tersebut menunjukkan bahwa kesadaran halal berpengaruh positif terhadap minat beli.

3. Pengaruh Sertifikasi Halal (X1) dan Kesadaran Halal (X2) Terhadap Tingkat Penjualan (Y1) Pada Pelaku Usaha di Purwokerto.

Berdasarkan hasil analisis antara variabel independen Sertifikasi Halal dan Kesadaran Halal dengan variabel dependen Tingkat Penjualan, koefisien Korelasi Kendall W menunjukkan koefisien korelasi sebesar 0,892. Dengan nilai sebesar 0,892 dari hasil Uji Koefisien Korelasi Kendall W ini menunjukkan dari dua variabel X (Sertifikasi Halal dan Kesadaran Halal) dengan variabel Y (Tingkat Penjualan) memiliki hubungan dan korelasi sangat kuat dan arahnya positif. Selanjutnya nilai Asymp. Sig berada pada angka 0,000 yang berarti nilainya kurang dari 0,05 ($<0,05$) sehingga keputusan uji adalah H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara variabel Sertifikasi Halal dan Kesadaran Halal dengan variabel Tingkat Penjualan.

Selanjutnya pada hasil uji regresi ordinal, hasil uji parameter wald pada tabel menggambarkan bahwa nilai signifikansi pada masing-masing variabel baik variabel sertifikasi halal dan kesadaran halal adalah kurang dari α ($<0,05$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga diambil kesimpulan terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel variabel Sertifikasi Halal dan kesadaran halal terhadap Tingkat Penjualan.

4. Pengaruh Sertifikasi Halal (X1) Terhadap Keberkahan Bisnis (Y2) Pada Pelaku Usaha di Purwokerto.

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan oleh peneliti, terdapat korelasi positif dan signifikan antara variabel Sertifikasi Halal dengan variabel Keberkahan Bisnis. Hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien korelasi Spearman Rank yaitu 0,571 yang berarti bahwa antara variabel Sertifikasi Halal dan variabel Keberkahan Bisnis memiliki hubungan positif atau searah dengan tingkat kekuatan korelasi cukup kuat. Artinya semakin tinggi Sertifikasi Halal maka semakin tinggi juga Keberkahan Bisnis. Uji korelasi Spearman Rank juga menunjukkan

untuk nilai signifikansi Sig. (2-tailed) nilainya sebesar 0,000 atau nilainya lebih kecil dari 0,05 ($< 0,05$) yang berarti terdapat korelasi atau hubungan signifikan antara Sertifikasi Halal dan Keberkahan Bisnis, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Kemudian hasil uji regresi ordinal tabel parameter estimates antara Sertifikasi Halal mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Keberkahan Bisnis (sig. = 0,003) dengan nilai estimates sebesar -3,244. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Sertifikasi Halal dan Keberkahan Bisnis. Hasil dari perhitungan tersebut didukung oleh jawaban responden pada pernyataan yang sadar bahwa rata-rata responden mengetahui bahwa logo halal itu merupakan keterangan dari sertifikasi halal. Sehingga dalam hal ini ketika produknya sudah ada jaminan kehalalannya maka akan mendapatkan kepercayaan dari konsumen.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Veryal Rachmania Putri, Kholil Nawawi dan Syarifah Gustiawati (2022) yang dalam penelitian tersebut menunjukkan bahwa sertifikasi halal berpengaruh terhadap kepercayaan konsumen. Dalam penelitian lainnya yang dilakukan oleh Ahmad Muhsin Tumanger, Ahmad Adib Nasution dan Jamaluddin (2022) yang dalam penelitian tersebut menunjukkan bahwa sertifikat halal dapat meningkatkan minat beli konsumen.

5. Pengaruh Kesadaran Halal (X_2) Terhadap Keberkahan Bisnis (Y_2) Pada Pelaku Usaha di Purwokerto.

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan oleh peneliti, terdapat korelasi positif dan signifikan antara variabel Kesadaran Halal dengan variabel Keberkahan Bisnis. Hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien korelasi Spearman Rank yaitu 0,381 yang berarti bahwa antara variabel Kesadaran Halal dan variabel Keberkahan Bisnis memiliki hubungan positif atau searah dengan tingkat kekuatan korelasi lemah. Artinya semakin tinggi Kesadaran Halal maka semakin tinggi juga Keberkahan

Bisnis. Uji korelasi Spearman Rank juga menunjukkan untuk nilai signifikansi Sig. (2-tailed) nilainya sebesar 0,000 atau nilainya lebih kecil dari 0,05 ($< 0,05$) yang berarti terdapat korelasi atau hubungan signifikan antara Kesadaran Halal dan Keberkahan Bisnis, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Kemudian hasil uji regresi ordinal tabel parameter estimates antara Kesadaran Halal mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Keberkahan Bisnis (sig. = 0,000) dengan nilai estimates sebesar -2,644. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Kesadaran Halal dan Keberkahan Bisnis. Hasil dari perhitungan tersebut didukung oleh jawaban responden pada pernyataan yang sadar bahwa rata-rata responden ketika membuat produk proses pembuatannya secara halal. Sehingga dalam hal ini ketika seseorang sudah melakukan proses pembuatan produknya secara halal, seperti halnya dengan menjaga kebersihan ketika sedang melakukan produksi. Dengan begitu ketika sudah melakukan hal tersebut maka kita akan mendapatkan ridho dan keberkahan dari usaha yang dijalankan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Izzuddin (2018) yang dalam penelitian tersebut menunjukkan bahwa bahan makanan mempengaruhi minat beli nasi pecel gerahan Jember. Kemudian dalam penelitian lainnya yang dilakukan oleh Ahmad Hamdani, Nurma Dari dan Khairil Umuri (2021) yang dalam penelitian tersebut menunjukkan bahwa kesadaran halal mempunyai pengaruh yang signifikan pada minat beli konsumen KFC di Kota Banda Aceh.

6. Pengaruh Sertifikasi Halal (X1) dan Kesadaran Halal (X2) Terhadap Keberkahan Bisnis (Y2) Pada Pelaku Usaha di Purwokerto.

Berdasarkan hasil analisis antara variabel independen Sertifikasi Halal dan Kesadaran Halal dengan variabel dependen Keberkahan Bisnis, koefisien Konkordansi Kendall W menunjukkan koefisien korelasi sebesar 0,892. Dengan nilai sebesar 0,892 dari hasil Uji

Koefisien Konkordansi Kendall W ini menunjukkan dari dua variabel X (Sertifikasi Halal dan Kesadaran Halal) dengan variabel Y (Keberkahan Bisnis) memiliki hubungan dan korelasi sangat kuat dan arahnya positif. Selanjutnya nilai Asymp. Sig berada pada angka 0,000 yang berarti nilainya kurang dari 0,05 ($<0,05$) sehingga keputusan uji adalah H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara variabel Sertifikasi Halal dan Kesadaran Halal dengan variabel Keberkahan Bisnis.

Selanjutnya pada hasil uji regresi ordinal, hasil uji parameter wald pada tabel menggambarkan bahwa nilai signifikansi pada masing-masing variabel baik variabel sertifikasi halal dan kesadaran halal adalah kurang dari α ($<0,05$) maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga diambil kesimpulan terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Sertifikasi Halal dan Kesadaran Halal Terhadap Keberkahan Bisnis.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dipaparkan pada bab IV di atas, maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel Sertifikasi Halal berpengaruh signifikan terhadap Tingkat Penjualan pada Pelaku Usaha di Purwokerto dengan tingkat korelasi cukup kuat dan arah positif.
2. Variabel Kesadaran Halal berpengaruh signifikan terhadap Tingkat Penjualan pada Pelaku Usaha di Purwokerto dengan tingkat korelasi cukup kuat dan arah positif.
3. Variabel Sertifikasi Halal dan Kesadaran Halal berpengaruh secara bersama-sama terhadap Tingkat Penjualan pada Pelaku Usaha di Purwokerto.
4. Variabel Sertifikasi Halal berpengaruh signifikan terhadap Keberkahan Bisnis pada Pelaku Usaha di Purwokerto dengan tingkat korelasi cukup kuat dan arah positif.
5. Variabel Kesadaran Halal berpengaruh signifikan terhadap Keberkahan Bisnis pada Pelaku Usaha di Purwokerto dengan tingkat korelasi lemah dan arah positif.
6. Variabel Sertifikasi Halal dan Kesadaran Halal berpengaruh secara bersama-sama terhadap Keberkahan Bisnis pada Pelaku Usaha di Purwokerto.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang telah diuraikan diatas, maka peneliti mengajukan beberapa saran kepada pihak yang terkait yakni sebagai berikut:

1. Bagi para pelaku usaha agar dapat memanfaatkan adanya informasi terkait sertifikasi halal, supaya ketika dalam menjalankan usahanya dapat meningkatkan dalam segi penjualan.

2. Bagi para pelaku usaha supaya meningkatkan lagi dari sisi kesadaran akan halal dengan menjamin produk yang dijual disertai dengan adanya sertifikasi halal pada produknya, sehingga nantinya tidak hanya keberhasilan usahanya didunia saja melainkan mendapat keberkahan juga untuk akhiratnya.
3. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan mampu meneliti secara lebih mendalam terkait variabel keberkahan bisnis dan permasalahan yang dihadapi, seperti halnya dengan menambah variabel independen lain yang mempengaruhi tingkat penjualan maupun keberkahan bisnis, karena masih banyak variabel diluar penelitian ini yang mungkin mempengaruhi tingkat penjualan maupun keberkahan bisnis



DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, P., & Herianingrum, S. (2015). Makna Keberkahan Rezeki Bagi Pengusaha Laundry Muslim (Studi Kasus di Lavender Laundry di Gubeng Kertajaya Surabaya). *Jurnal Ekonomi Syariah Teori & Terapan*, 2(2), 179-195.
- Aditya, T. (2022). *Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Produk Makanan Halal (Studi Pada Mahasiswa Muslim Institut Teknologi Sumatera)* (Doctoral dissertation, UIN RADEN INTAN LAMPUNG).
- Agus, P. A. (2017). Kedudukan sertifikasi halal dalam sistem hukum nasional sebagai upaya perlindungan konsumen dalam hukum Islam. *Amwaluna: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah*, 1(1), 149-165.
- Alwi, T., & Sunarso, R. (2019). Peningkatan Penjualan melalui Eksebis dan Sertifikasi Halal. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 21(1), 71-80.
- Aziz, A. (2021). *Pengaruh Sertifikasi Halal Bagi UMKM Keripik Singkong Setelah Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal (Studi Kasus di Desa Pleran Kecamatan Sumberjambe Kabupaten Jember)*.
- Damirel, S & Sahib, H. B. (2015). *Concept of Barakah in Qur'an and Sunnah: Towards its Realization in Modern Dicourse. Journal of Humanities and Social Sciiances*.
- Dan, L. P. P. O. O., & INDONESIA, M. U. (2008). *Panduan Umum Sistem Jaminan Halal LPPOM–MUI*. Jakarta: LPPOM-MUI.
- Daru, N. W., & Anwar, M. K. (2019). Persepsi Konsumen Muslim Terhadap Produk Ms Glow yang Bersertifikat Halal di Surabaya. *Jurnal Ekonomi Islam*, 2(2), 15-24.
- Djaali. 2020. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Bumi Aksara
- Fadloli, F., & Chalim, A. (2021). Pilihan Produk Halal Mahasiswa Politeknik Negeri Malang. *Adbis: Jurnal Administrasi dan Bisnis*, 15(2), 210-218.
- Faizal, F. (2022). *Peran Sertifikasi Halal Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Fanybella Resto di Kota Pekanbaru* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Riau).
- Farhan, A. (2018). *Pelaksanaan Sertifikasi Halal Lppom Mui Terhadap Produk Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) (Studi LPPOM MUI Provinsi Bengkulu)*, Manhaj: *Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat* Vo. 3 (1). DOI: <http://dx.doi.org/10.29300/mjppm.v3i1.2340>, g1949.

- Fauzan, T. A. (2019). *Pengaruh Sertifikasi Halal dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Restoran Cepat Saji KFC Simpang Lima Banda Aceh)*
- Gerungan, K., & Karina, P. (2019). Analisa Pengaruh Kesadaran Halal Terhadap Minat Beli Pelanggan di Restoran Surabaya. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa*, 7(2).
- Hamdani, A., Sari, N., & Umuri, K. (2021). *Pengaruh Kesadaran Halal Dan Sertifikat Halal Terhadap Minat Beli Produk Kentucky Fried Chicken (KFC)*. *Al-Buhuts*, 17(2), 198-212.
- Hartati, R. (2019). Peran Negara dalam Pelaksanaan Jaminan Produk Halal. *ADIL: Jurnal Hukum*, 10(1).
- Hasan, K. S. (2014). Kepastian hukum sertifikasi dan labelisasi halal produk pangan. *Jurnal Dinamika Hukum*, 14(2), 227-238.
- Hasanah, N. (2018). Keberkahan Sebagai Formulasi Mashlahah Dalam Kehidupan (Refleksi Santri Di Pesantren). *Jurnal Qiema (Qomaruddin Islamic Economics Magazine)*, 4(2), 129-142.
- Hasanah, S. B. (2019). Konsep Berkah dalam Perspektif Tafsir.
- Hervina, R. D., Kaban, R. F., & Pasaribu, P. N. (2021). *Pengaruh Kesadaran Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Gofood di Era Pandemi Covid-19*. *Inovator*, 10(2), 133-140.
- Hidayat, A. S., & Siradj, M. (2015). Sertifikasi halal dan sertifikasi non halal pada produk pangan industri. *AHKAM: Jurnal Ilmu Syariah*, 15(2).
- Istikomah, I., & Rofi, S. (2021). Penguatan Kesadaran Masyarakat atas Sertifikasi Halal di Wilayah Gludengan Wuluhan Jember. *Mujtama': Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 1-8.
- Izzuddin, A. (2018). *Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal dan Bahan Makanan Terhadap Minat Beli Makanan Kuliner Jember*. *PROSIDING EKONOMI KREATIF DI ERA DIGITAL*, 1(1).
- Jayanti, E. D. (2011). *Sertifikasi Halal sebagai Upaya Perlindungan Hak Atas Keamanan dan Keselamatan Konsumen ditinjau dari Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen*.
- Khairuddin, K., & Zaki, M. (2021). PROGRES SERTIFIKASI HALAL DI INDONESIA Studi pada Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) Kementerian Agama dan Lembaga Pengkajian, Obat-obatan dan Kosmetika (LPPOM) MUI Pusat. *Asas: Jurnal Hukum dan Ekonomi Islam*, 13(1), 101-121.

- Khairunnisa, H., Lubis, D., & Hasanah, Q. (2020). *Kenaikan Omzet UMKM Makanan dan Minuman di Kota Bogor Pasca Sertifikasi Halal*. *AL-MUZARA'AH*, 8(2), 109-127.
- Khotimah, U. K. (2018). Labelisasi Halal di Tengah Budaya Konsumsif. *Jurnal Sosiologi Agama*, 12(2), 283-296.
- Kristiana, B. V., Indrasari, A., & Giyanti, I. (2020). *Halal Supply Chain Management dalam Optimalisasi Penerapan Sertifikasi Halal UMKM*. *Performa: Media Ilmiah Teknik Industri*, 19(2).
- Mansyuroh, F. (2020). *Pengaruh Persepsi Dan Religiusitas Terhadap Pembelian Skin Care Tanpa Label Halal Pada Muslim Generasi Z di Banjarmasin*. In *Proceeding Antasari International Conference (Vol. 1, No. 1)*.
- Masrul, I. S., & Sevie, S. (2020). Perilaku Konsumen terhadap Kesadaran Menggunakan Produk Kosmetik Halal. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*, 22(1), 57-72.
- Meliana, S. A. (2020). *Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Produk dan Kesadaran Halal Terhadap Keputusan Pembelian dalam Perspektif Ekonomi Islam Pada Restoran Cepat Saji di Lampung (Study Konsumen Pada Restoran Cepat Saji)* (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).
- Mulyati, S. (2017). *Blessings in the Qur'an back to basic virtue in life*. In *International Conference on Qur'an and Hadith Studies (ICQHS)* (pp. 263-270). Atlantis Press.
- Nabilla, H. (2021). *Persepsi Konsumen Muslim Terhadap Makanan Korea Non-Sertifikasi Halal Mui: Studi Pada Restoran Korea Non-Sertifikasi Halal Mui Di Yogyakarta*.
- Nasrulloh, M. A. (2019). Barokah Sebagai Karakteristik Perekonomian Islam. *Jurnal Istiqro*, 5(1), 1-13.
- Nikmatul Rohmah, E., Mubyarto, N., & Fielnanda, R. (2020). *Pengaruh Kesadaran Halal, Islamic Branding dan Produk Ingredients Terhadap Minat Beli Luwak White Coffie Pada Masyarakat Desa Danau Kecamatan Pelepat Kabupaten Bungo (Doctoral dissertation, UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi)*.
- Ningrum, D. S., Aini, I. M., Faha, Y. M., & Maretha, E. V. (2021). Etika Bisnis Islam Seni Berbisnis dalam Keberkahan. *Izdihar: Jurnal Ekonomi Syariah*, 1(1), 69-80.
- Nizar, M. (2018). Prinsip Kejujuran Dalam Perdagangan Versi Islam. *Jurnal Istiqro*, 4(1), 94-102.

- Nugraha, T. C. (2019). *Keberlanjutan Keberkahan pada Komunitas Bisnis Kuliner: CDA. Islamic Research*, 2(1), 29-35.
- Nurani, N., Nursjanti, F., & Munawar, F. (2020). *Penyuluhan Sertifikasi Halal Bagi UMKM Jawa Barat Pada Situasi Pandemi Covid-19. Madaniya*, 1(3), 126-139.
- Nurfaika, S. (2021). *Kewajiban Pendaftaran Sertifikasi Halal pada Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (Prespektif Maqasid Al-Syariah) (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar)*.
- Pramintasari, T. R., & Fatmawati, I. (2017). Pengaruh Keyakinan Religius, Peran Sertifikasi Halal, Paparan Informasi, dan Alasan Kesehatan Terhadap Kesadaran Masyarakat Pada Produk Makanan Halal. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 8(1), 1-33.
- Putri, V. R., Nawawi, K., & Gustiawati, S. (2022). Pengaruh Standarisasi dan Sertifikasi Halal terhadap Tingkat Kepercayaan Konsumen pada Biro Perjalanan Wisata Halal. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 3(1), 70-83.
- Qomarudin, A., Mushoffi, M. F., Nisa, S. C., & Fitriyah, H. (2021). Peningkatan Penjualan Produk Barang Gunaan Melalui Sertifikasi Halal. *Al Yasini: Jurnal Keislaman, Sosial, Hukum Dan Pendidikan*, 6(2), 362-362.
- Rambey, G., & Maharany, S. F. (2021). *Pengawasan Sertifikat Label Halal Terhadap Produk Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Di Tinjau Dari UU Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal (STUDI DI LPPOM SUMUT) (Doctoral dissertation, UMSU)*.
- Segati, A. (2018). Pengaruh persepsi sertifikasi halal, kualitas produk, dan harga terhadap persepsi peningkatan penjualan. *JEBI (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam)*, 3(2), 159-169.
- Setyaningsih, E. D., & Marwansyah, S. (2019). The effect of halal certification and halal awareness through interest in decisions on buying halal food products. *Syiar Iqtishadi: Journal of Islamic Economics, Finance and Banking*, 3(1), 65-79.
- Sholehuddin, L. (2021). Naskah Keberkahan Al-Quds Perspektif Al-Quran. *An Naba*, 4(1), 25-37.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sukri, I. F. (2021). *Implementasi Undang-Undang Cipta Kerja terhadap Penyelenggaraan Sertifikasi Halal dan Produk Halal di Indonesia. Majalah Hukum Nasional*, 51(1), 73-94.

- Syafitri, M. N., Salsabila, R., & Latifah, F. N. (2022). Urgensi Sertifikasi Halal Food Dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam. *Al Iqtishod: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Ekonomi Islam*, 10(1), 16-42.
- Triana, U. (2021). Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, Bahan Makanan, Dan Citra merek Produk Terhadap Minat Beli Produk makanan Halal (Studi Kasus Mahasiswa Muslim di Malang). *Jurnal Ilmiah. Jurusan Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya. Malang*.
- Tumangger, A. M., Nasution, A. A., & Jamaluddin, J. (2022). ANALISIS PENGARUH SERTIFIKAT PRODUK HALAL DALAM MENINGKATKAN MINAT BELI KONSUMEN HERBAL NETWORK INTERNATIONAL-HERBA PENAWAR ALWAHIDA INDONESIA. *MUTLAQAH: Jurnal Kajian Ekonomi Syariah*, 2(2), 1-12.
- Warto, W., & Samsuri, S. (2020). Sertifikasi Halal dan Implikasinya Bagi Bisnis Produk Halal di Indonesia. *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking*, 2(1), 98-112.



LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1 Tabulasi SPSS

Lampiran 1.1: Kuesioner Penelitian

LEMBAR KUESIONER

Assalamu'alaikum wr. wb

Perkenalkan saya Ahmad Rifai mahasiswa Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, berkaitan dengan penelitian yang saya lakukan dalam rangka menyelesaikan program S1 Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, maka saya memohon kesediaan saudara/i untuk dapat mengisi kuesioner penelitian ini yang berjudul "Pengaruh Sertifikasi Halal dan Kesadaran Halal Terhadap Tingkat Penjualan dan Keberkahan Bisnis (Studi Kasus Pada Pelaku Usaha di Purwokerto)"

Sesuai dengan kode etik penelitian, semua data yang diberikan responden akan dijamin kerahasiaannya dan hanya akan digunakan untuk kepentingan ilmiah. Atas kerjasamanya yang baik dan kesungguhan saudara/i dalam mengisi kuesioner ini, diucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum wr. wb

A. DATA UMUM RESPONDEN

Nama

Jenis Kelamin

a. Laki-laki

b. Perempuan

Umur

a. < 20 Tahun

b. 20-30 Tahun

b. 31-40 Tahun

d. 41-

50 Tahun

e. > 50 Tahun

Tingkat Pendidikan Terakhir

a. SD

b. SMP

c. SMA

d. Diploma

e. Sarjana

Pekerjaan

Apakah produk anda sudah terjamin kehalalannya?

a. Sudah

b. Belum

B. PETUNJUK PENGISIAN

Isilah pertanyaan di bawah ini sesuai pendapat anda dengan memberikan tanda *ceklis* (√) dengan ketentuan sebagai berikut:

Sangat Setuju (S) : Skor 5

Setuju (S) : Skor 4

Cukup Setuju (CS) : Skor 3

Tidak Setuju (TS) : Skor 2

Sangat Tidak Setuju (STS) : Skor 1

C. PERTANYAAN

Sertifikasi Halal (X1)

No	Pertanyaan	SS	S	CS	TS	STS

1	Anda memahami tentang logo halal.					
2	Anda mengetahui sertifikasi halal yang resmi dikeluarkan oleh BPJPH.					
3	Anda mengetahui bahwa logo halal itu merupakan keterangan dari sertifikasi halal.					
4	Dengan adanya sertifikasi halal kepercayaan konsumen akan menjadi lebih kuat.					

Kesadaran Halal (X2)

No	Pertanyaan	SS	S	CS	TS	STS
1	Anda sadar akan halal.					
2	Anda mengetahui kewajiban sertifikasi halal yang telah diatur dalam undang-undang No.33 Tahun 2014.					
3	Anda memilih bahan bakunya yang halal.					
4	Ketika anda membuat produk proses pembuatannya secara halal.					

Tingkat Penjualan (Y1)

No	Pertanyaan	SS	S	CS	TS	STS
1	Anda merasa mengalami peningkatan terkait omzet dengan adanya jaminan kehalalan pada produk anda.					

2	Anda merasa mengalami peningkatan kuantitas penjualan dengan adanya jaminan kehalalan pada produk anda.					
3	Anda merasa mengalami peningkatan laba dengan adanya jaminan kehalalan pada produk anda.					

Keberkahan Bisnis (Y2)

No	Pertanyaan	SS	S	CS	TS	STS
1	Dengan adanya jaminan produk halal pada produk anda usahanya akan bertambah lancar.					
2	Dengan adanya jaminan produk halal pada produk anda akan berdampak pada keharmonisan keluarga.					
3	Dengan adanya jaminan produk halal pada produk anda kesehatan anda akan terjaga.					

Lampiran 1.2 Data Narasumber

1. Nama : Oktavia
 Umur : 25
 Jenis Kelamin : Perempuan
 Tempat Tinggal : Purwokerto lor
 Jenis Usaha : Zam-Zam Time
2. Nama : Arif
 Umur : 30
 Jenis Kelamin : Laki Laki
 Tempat Tinggal : Purwosari
 Jenis Usaha : Kaf Fried Chicken

3. Nama : Ian
 Umur : 27
 Jenis Kelamin : Laki Laki
 Tempat Tinggal : Karang Gintung
 Jenis Usaha : Es Pisang Ijo
4. Nama : Ambar
 Umur : 30
 Jenis Kelamin : Laki Laki
 Tempat Tinggal : Dawuhan Kulon
 Jenis Usaha : Es Cendol Alami Khas Bandung Monalisa
5. Nama : Lia
 Umur : Karang Nangka
 Jenis Kelamin : Perempuan
 Tempat Tinggal : Karang Salam
 Jenis Usaha : Takoyaki Oishii

Lampiran 1.3 Uji Validitas

Uji Validitas Sertifikasi Halal

No. Item	r hitung	r tabel	Status
X1.1	0,729	0,191	Valid
X1.2	0,716	0,191	Valid
X1.3	0,837	0,191	Valid
X1.4	0,731	0,191	Valid

Uji Validitas Kesadaran Halal

No. Item	r hitung	r tabel	Status
X2.1	0,795	0,191	Valid

X2.2	0,623	0,191	Valid
X2.3	0,799	0,191	Valid
X2.4	0,834	0,191	Valid

Uji Validitas Tingkat Penjualan

No. Item	r hitung	r tabel	Status
Y1.1	0,971	0,191	Valid
Y1.2	0,982	0,191	Valid
Y3.3	0,972	0,191	Valid

Uji Validitas Keberkahan Bisnis

No. Item	r hitung	r tabel	Status
Y2.1	0,928	0,191	Valid
Y2.2	0,881	0,191	Valid
Y2.3	0,906	0,191	Valid

Lampiran 1.4 Uji Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach,s Alpha	N of Item
.838	14

Variabel	Item Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Sertifikasi Halal(X ₁)	1	0,729	0,1614	Valid
	2	0,716	0,1614	Valid
	3	0,837	0,1614	Valid
	4	0,731	0,1614	Valid
Kesadaran Halal(X ₂)	1	0,795	0,1614	Valid
	2	0,623	0,1614	Valid
	3	0,799	0,1614	Valid
	4	0,731	0,1614	Valid
Tingkat Penjualan(Y ₁)	1	0,971	0,1614	Valid
	2	0,982	0,1614	Valid
	3	0,972	0,1614	Valid
Keberkahan Bisnis(Y ₂)	1	0,928	0,1614	Valid
	2	0,881	0,1614	Valid
	3	0,906	0,1614	Valid

Lampiran 1.5 Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimu m	Maximu m	Mean	Std. Deviation
Sertifikasi Halal	105	14	20	18.16	1.671
Kesadaran Halal	105	12	20	17.79	1.725
Tingkat Penjualan	105	3	15	11.62	2.900

Keberkahan Bisnis	105	3	15	12.20	2.021
Valid N (listwise)	105				

Lampiran 1.6 Uji Korelasi Spearman Rank

Uji Rank Spearman Sertifikasi Halal (X1) dengan Variabel Tingkat Penjualan (Y1)

Correlations

			Sertifikasi Halal	Tingkat Penjualan
Spearman's rho	Sertifikasi Halal	Correlation Coefficient	1.000	.489**
		Sig. (2-tailed)		0.000
		N	105	105
	Tingkat Penjualan	Correlation Coefficient	.489**	1,000
		Sig. (2-tailed)	0.000	
		N	105	105

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Uji Rank Spearman Kesadaran Halal (X2) terhadap Tingkat Penjualan (Y1)

Correlations

			Sertifikasi Halal	Tingkat Penjualan
Spearman's rho	Kesadaran Halal	Correlation Coefficient	1.000	.408**
		Sig. (2-tailed)		.000
		N	105	105
	Tingkat Penjualan	Correlation Coefficient	.408**	1,000
		Sig. (2-tailed)	.000	
		N	105	105

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Uji Rank Spearman Sertifikasi Halal (X1) dengan Variabel Keberkahan Bisnis (Y2)

Correlations

			Sertifikasi Halal	Tingkat Penjualan
Spearman's rho	Sertifikasi Halal	Correlation Coefficient	1.000	.571**
		Sig. (2-tailed)		.000
		N	105	105
	Keberkahan Bisnis	Correlation Coefficient	.571**	1,000
		Sig. (2-tailed)	.000	
		N	105	105

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Tabel Hasil Uji Rank Spearman Kesadaran Halal (X2) dengan Variabel Keberkahan Bisnis (Y2)

Correlations

			Sertifikasi Halal	Tingkat Penjualan
Spearman's rho	Kesadaran Halal	Correlation Coefficient	1.000	.381**
		Sig. (2-tailed)		.000
		N	105	105
	Keberkahan Bisnis	Correlation Coefficient	.381**	1,000
		Sig. (2-tailed)	.000	
		N	105	105

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Lampiran 1.7 Uji Korelasi Kendal W

Ranks

Mean Rank

Sertifikasi Halal	3,61
Kesadaran Halal	3,39
Tingkat Penjualan	1,48
Keberkahan Bisnis	1,52

Test Statistics

N	105
Kendall's W ^a	,892
Chi-Square	280,867
Df	3
Asymp. Sig.	,000
a. Kendall's Coefficient of Concordance	

Lampiran 1.8 Uji Regresi Ordinal

Sertifikasi Halal (X1) dan Kesadaran Halal (X2) terhadap Tingkat Penjualan (Y1)

Case Processing Summary

		N	Marginal Percentage
Tingkat Penjualan Rendah		3	2,9%
	Sedang	25	23,8%
	Tinggi	77	73,3%
Sertifikasi Halal	Tinggi	105	100,0%
Kesadaran Halal	Sedang	1	1,0%
	Tinggi	104	99,0%
Valid		105	100,0%
Missing		0	
Total		105	

Uji Keberartian Model

Model Fitting Information

Model	-2 Log Likelihood	Chi-Square	df	Sig.
Intercept Only	10,616			
Final	8,882	1,734	1	,188

Link function: Logit.

Tabel Uji Kecocokan Model (Goodness of fit)

Goodness-of-Fit

	Chi-Square	Df	Sig.
Pearson	,797	1	,372
Deviance	1,167	1	,280

Link function: Logit.

Tabel Koefisien Determinasi Model

Pseudo R-Square

Cox and Snell	,016
Nagelkerke	,022
McFadden	,012

Link function: Logit.

Model Regresi

Tabel Model Regresi Sertifikasi Halal (X1) dan Kesadaran Halal (X2) terhadap Tingkat Penjualan (Y1)

Parameter Estimates

		Estimate	Std. Error	Wald	df	Sig.	95% Confidence Interval	
							Lower Bound	Upper Bound
Threshold	[Y1 = 1]	9,059	2,515	12,973	1	,000	4,129	13,988
	[Y1 = 2]	14,764	3,961	13,890	1	,000	7,000	22,528
Location	[X1=3]	1,425	0,673	4,489	1	,034	,107	2,744
	[X2=2]	1,476	0,523	7,969	1	,005	,451	2,501
	[X2=3]	.	.	.	0	.	.	.

Sertifikasi Halal (X1) dan Kesadaran Halal (X2) terhadap Keberkahan Bisnis (Y2)

Case Processing Summary

		N	Marginal Percentage
Keberkahan Bisnis	Rendah	1	1,0%
	Sedang	17	16,2%
	Tinggi	87	82,9%
Sertifikasi Halal	Tinggi	105	100,0%
Kesadaran Halal	Sedang	1	1,0%
	Tinggi	104	99,0%
Valid		105	100,0%
Missing		0	

Total	105	
-------	-----	--

Uji Keberartian Model

Model Fitting Information

Model	-2 Log Likelihood	Chi-Square	df	Sig.
Intercept Only	10,135			
Final	7,299	2,836	1	,092

Link function: Logit.

Tabel Uji Kecocokan Model (Goodness of fit)

Goodness-of-Fit			
	Chi-Square	df	Sig.
Pearson	,550	1	,458
Deviance	,856	1	,355

Link function: Logit.

Tabel Koefisien Determinasi Model

Pseudo R-Square	
Cox and Snell	,027
Nagelkerke	,042
McFadden	,027

Link function: Logit.

Model Regresi

Model Regresi Sertifikasi Halal dan Kesadaran Halal terhadap Keberkahan Bisnis

Parameter Estimates

		Estimate	Std. Error	Wald	Df	Sig.	95% Confidence Interval	
							Lower Bound	Upper Bound
Threshold	[Y2 = 1]	-5,213	,440	140,389	1	,000	-6,075	-4,351
	[Y2 = 2]	-1,630	,265	37,866	1	,000	-2,150	-1,111
Location	[X1=3]	-3,244	2,159	2,257	1	,003	-7,476	,988
	[X2=2]	-2,644	,484	29,802	1	,000	-3,593	-1,695
	[X2=3]	.	.	.	0	.	.	.

Link function: Logit.

a. This parameter is set to zero because it is redundant.

Lampiran 2 Surat Pendukung

Lampiran 2. 1 Surat Usulan Menjadi Pembimbing Skripsi



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

Nomor : 4306/Un.19/FEBI.J.ES/PP.009/12/2022 Purwokerto 13 Desember 2022
Lampiran : 1 lembar
Hal : Usulan menjadi pembimbing skripsi

Kepada:
Yth. kk Dani Kusumastuti, S.E., M.Si
Dosen Tetap FEBI UIN SAIZU
Di
Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sesuai dengan hasil sidang penetapan judul skripsi mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto pada tanggal 27 Oktober 2022 dan konsultasi mahasiswa kepada Kaprodi pada tanggal 3 November 2022 kami mengusulkan Bapak/Ibu untuk menjadi Pembimbing Skripsi mahasiswa:

Nama : Ahmad Rifai
NIM : 1917201014
Semester : 7
Prodi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Pengaruh Sertifikasi Halal dan Kesadaran Halal Terhadap Tingkat Penjualan dan Keberkahan Bisnis

Untuk itu, kami mohon kepada Bapak/Ibu dapat mengisi surat kesediaan terlampir. Atas kesediaan Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alikum Wr. Wb.



Koordinator Prodi Ekonomi Syariah

Dr. Laela Hilyatin, S.E., M.S.I.
NIP. 19851112 2009122 007

Lampiran 2. 2 Surat Pernyataan Kesiediaan Menjadi Pembimbing Skripsi



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
 Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

**SURAT PERNYATAAN
KESEDIAAN MENJADI PEMBIMBING SKRIPSI**

Berdasarkan surat penunjukan oleh Ketua Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri No. 4306/Un.19/FEBI.J.ES/PP.009/12/2022 tentang usulan menjadi pembimbing skripsi.

Atas nama : Ahmad Rifai NIM 1917201014

Judul Skripsi : Pengaruh Sertifikasi Halal dan Kesadaran Halal Terhadap Tingkat Penjualan dan Keberkahan Bisnis

Saya menyatakan bersedia / tidak bersedia *) menjadi pembimbing skripsi mahasiswa yang bersangkutan.

Purwokerto, 13 Desember 2022



Dani Kusumastuti, S.E., M.Si
NIP. 19750420 200604 001

*Catatan: *Coret yang tidak perlu*

Lampiran 2. 3 Surat Bimbingan



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 Jl. Jend. Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
 Telp. 0281-635624 Fax. 0281-636553; febi.uinsaizu.ac.id

Nomor: 4354/Un.19/FEBI.J./PP.009/12/2021

Purwokerto, 16 Desember 2022

Hal : Bimbingan Skripsi

Kepada
 Yth. Bapak/ Ibu Dani Kusumastuti, S.E., M.Si.
 Di
 Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Berdasarkan surat penunjukan pembimbing skripsi yang telah kami sampaikan dan surat pernyataan kesediaan menjadi pembimbing skripsi yang telah Bapak/Ibu tandatangani atas nama:

Nama	: Ahmad Rifai
NIM	: 1917201014
Semester	: VII
Prodi	: Ekonomi Syariah
Judul Skripsi	: Pengaruh Sertifikasi Halal dan Kesadaran Halal Terhadap Tingkat Penjualan dan Keberkahan Bisnis

Maka kami menetapkan Bapak/Ibu sebagai Dosen Pembimbing Skripsi mahasiswa tersebut. Mohon kejasama Bapak/Ibu untuk melaksanakan bimbingan skripsi sebaik-baiknya sebagaimana aturan yang berlaku

Demikian surat ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Dibuat di Purwokerto
 Tanggal 16 Desember 2022
 Koord. Prodi Ekonomi Syariah



NIP.

Lampiran 2. 4 Surat Keterangan Lulus Seminar Proposal



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
 Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

SURAT KETERANGAN LULUS SEMINAR PROPOSAL

Nomor: 840/Un.19/FEBl.J.ES/PP.009/3/2023

Yang bertanda tangan dibawah ini Koordinator Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa mahasiswa atas nama :

Nama : Ahmad Rifai
 NIM : 1917201014
 Program Studi : Ekonomi Syariah
 Pembimbing Skripsi : Dani Kusumastuti, S.E., M.Si
 Judul : Pengaruh Sertifikasi Halal dan Kesadaran Halal Terhadap Tingkat Penjualan dan Keberkahan Bisnis

Pada tanggal 21 Februari 2023 telah melaksanakan seminar proposal dan dinyatakan **LULUS**, dengan perubahan proposal/ hasil proposal sebagaimana tercantum pada berita acara seminar.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan dapat digunakan sebagai syarat untuk melakukan riset penulisan skripsi.

Purwokerto, 3 Maret 2023
 Koord. Prodi Ekonomi Syariah



Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I
 NIP. 19851112 200912 2 007

Lampiran 2. 5 Surat Keterangan Lulus Ujian Komprehensif



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

SURAT KETERANGAN LULUS UJIAN KOMPREHENSIF

Nomor: 1617/Un.19/FEBLJ.ES/PP.009/4/2023

Yang bertanda tangan dibawah ini Koordinator Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto menerangkan bahwa

mahasiswa atas nama:

Nama : Ahmad Rifai
NIM : 1917201014
Program Studi : Ekonomi Syariah

Pada tanggal 14 April 2023 telah melaksanakan ujian komprehensif dan dinyatakan LULUS,
dengan nilai : **70 / B-**

Demikian surat keterangan ini dibuat dan dapat digunakan sebagai syarat mendaftar ujian munaqasyah.

Dibuat di Purwokerto
Tanggal 12 April 2023
Koord. Prodi Ekonomi Syariah



Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I
NIP. 19851112 200912 2 007

Lampiran 6 Daftar Riwayat Hidup

Daftar Riwayat Hidup

Nama : Ahmad Rifai
 TTL : Cilacap, 10 Agustus 2000
 Alamat Asal : Desa Bantarmangu 03/01, Kecamatan Cimanggu,
Kabupaten Cilacap
 Alamat Domisili : Desa Bantarmangu 03/01, Kecamatan Cimanggu,
Kabupaten Cilacap
 Agama : Islam
 Jurusan : Ekonomi Islam
 Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
 Hobi : Sepakbola dan Futsal
 Motto Hidup : Jangan Pernah Menyerah
 No. HP : 083890109375
 Riwayat Pendidikan :
 1. TK : TK AL-QOHAR Ciroyom Bandung
 2. SD/MI : SD N Bantarmangu 01
 3. SMP / MTS : SMP N 01 Cimanggu
 4. SMA / MA : MAN 2 Cilacap
 Pengalaman Organisasi :
 1. Anggota PMII Rayon FEBI UIN SAIZU
 2. Anggota KSEI UIN SAIZU
 3. Anggota UKM Olahraga

