

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Predikat sebagai negara dengan populasi umat Islam terbanyak secara global melekat secara signifikan pada Indonesia. khususnya pada sektor kuliner. Menanggapi fenomena tersebut, regulasi formal telah dipertegas oleh pemerintah melalui Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (JPH), yang menginstruksikan kewajiban sertifikasi halal bagi seluruh produk yang didistribusikan dan diperjualbelikan di pasar domestik. Fenomena tersebut mengindikasikan bahwa kesadaran produk halal (*halal awareness*) menjadi aspek fundamental dalam mendukung terciptanya ekosistem usaha yang sesuai dengan prinsip syariat Islam.¹

Pertumbuhan jumlah penduduk Muslim di Indonesia yang semakin besar telah mendorong terbentuknya pasar halal yang sangat luas. Kondisi ini sejalan dengan meningkatnya kebutuhan dan permintaan masyarakat terhadap produk-produk halal. Halal tidak hanya dipandang sebagai bentuk kepatuhan terhadap agama, tetapi juga sebagai standar pilihan gaya hidup bagi umat Muslim, baik dalam ranah bisnis, perdagangan, maupun bidang lainnya. Hal ini menjadikan simbol halal sebagai barometer dalam menentukan kualitas suatu barang atau

¹ Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia, 'UU No.33 Tahun 2014 (2014)', *UU No.33 Tahun 2014*, 2014 <<https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/38709/uu-no-33-tahun-2014>>.

jasa, mulai dari aspek keamanan, kebersihan, hingga kebermanfaatannya.²

Eskalasi permintaan domestik terhadap komoditas halal mengharuskan para produsen menguasai konsep kehalalan secara komprehensif. Dalam konteks ini, urgensi *halal awareness* tidak lagi tersentralisasi pada perilaku konsumen semata, melainkan juga mengikat para pelaku bisnis untuk menjamin bahwa seluruh tahapan, mulai dari seleksi bahan baku, proses manufaktur, hingga teknik penyajian, telah mengonformasi standar syariat demi memelihara loyalitas konsumen muslim.

Namun, pada usaha makanan skala kecil dan tradisional, perhatian terhadap aspek halal masih relatif rendah. Kurangnya pengetahuan, minimnya sosialisasi, serta anggapan bahwa produk yang diolah secara turun-temurun sudah pasti halal menjadi faktor yang menyebabkan rendahnya kesadaran halal pelaku usaha. Data BPJPH menunjukkan bahwa dari sekitar 66 juta pelaku usaha di Indonesia, sekitar 64 juta di antaranya belum memiliki sertifikat halal. Artinya, hanya sekitar 3% UMKM yang sudah bersertifikat halal secara resmi. Ini menunjukkan bahwa kesadaran formal pelaku usaha masih sangat rendah.³

² Syayyidah M. Jannah and Hasan Al-Banna, 'Halal Awareness and Halal Traceability: Muslim Consumers' and Entrepreneurs' Perspectives', *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance*, 7.2 (2021), 285–316 <<https://doi.org/10.21098/jimf.v7i2.1328>>.

³ BPJPH, *Realisasi Sertifikasi Halal*, 2025 (data sertifikasi halal untuk UMKM).

Akselerasi pertumbuhan sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) berdampak pada tingginya diversifikasi produk dalam industri kuliner. Kendati demikian, variasi formulasi bahan baku pada produk pangan yang didistribusikan di pasar terkadang masih mengindikasikan adanya zat yang tidak aman untuk dikonsumsi; sebuah fenomena yang kemudian memicu perhatian publik terkait urgensi pemahaman dan kesadaran terhadap aspek kehalalan suatu produk.⁴

Ketentuan Pasal 4 Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (JPH) secara eksplisit mengamankan kewajiban sertifikasi bagi setiap komoditas yang diimpor, didistribusikan, serta diperjualbelikan di pasar domestik. Regulasi mengikat ini turut menyorot sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), khususnya yang memproduksi komoditas pangan dengan tingkat konsumsi tinggi di kalangan masyarakat Indonesia.

Implementasi Sistem Jaminan Produk Halal (SJPH) memiliki relevansi yang sangat krusial dalam domain ini. Sebagai sebuah instrumen manajemen, SJPH diintegrasikan guna memitigasi risiko ketidakpatuhan syariah dengan mengontrol seluruh rangkaian manufaktur mencakup seleksi bahan baku, fase pemrosesan, hingga tahapan logistik. Adopsi sistem ini tidak sekadar merepresentasikan kepatuhan yuridis pelaku usaha terhadap amanat Undang-Undang

⁴ Siti Zulaikha and others, 'Urgensi Pemahaman Dan Kesadaran Produk Halal Pelaku Usaha Di Kota Metro', *Jurnal Hukum Dan Ekonomi Syariah*, 12.1 (2024), 2528–0872 <<https://doi.org/10.32332/adzkiya.v12i1.9352>>.

Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, melainkan juga berfungsi strategis dalam mengeskalasi kredibilitas produk serta loyalitas konsumen muslim.⁵

Penerapan SJPH bertujuan tidak hanya untuk memperoleh sertifikat halal, tetapi juga untuk menjaga kepercayaan konsumen terhadap produk yang dihasilkan. Dengan adanya SJPH, pelaku usaha memiliki pedoman yang jelas dalam mengelola risiko kehalalan, mencegah kontaminasi bahan haram atau najis, serta memastikan konsistensi kehalalan produk secara berkelanjutan. Oleh karena itu, SJPH menjadi instrumen strategis dalam menjamin mutu dan integritas produk halal di tengah meningkatnya tuntutan konsumen terhadap produk yang aman dan berkualitas.

Namun, implementasi SJPH di tingkat usaha mikro dan kecil masih menghadapi berbagai tantangan. Banyak pelaku usaha yang belum memahami secara menyeluruh konsep dan elemen SJPH, seperti kebijakan halal, tim manajemen halal, pengendalian bahan, prosedur aktivitas kritis, serta pencatatan dan dokumentasi.

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2024, jumlah perusahaan industri skala mikro dan kecil di Indonesia mencapai sekitar 4,1 juta unit, angka ini menunjukkan bahwa sektor industri mikro dan kecil sebagai pilar utama perekonomian domestik melalui kontribusi

⁵ M. Soleh Al Munawar and others, 'Penerapan Sistem Jaminan Produk Halal Pada UMKM Untuk Meningkatkan Daya Saing Produk', *Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (JP2M)*, 4.1 (2023), 165–76 <<https://doi.org/10.33474/jp2m.v4i1.19996>>.

masifnya terhadap pangsa tenaga kerja serta stimulasi pertumbuhan ekonomi regional. Fenomena ini sekaligus menegaskan hegemoni sektor tersebut dalam konfigurasi struktur ekonomi nasional.⁶

Di tingkat Provinsi Jawa Timur menjadi salah satu wilayah dengan konsentrasi pelaku usaha tertinggi dengan 862.057 unit industri mikro dan kecil pada tahun 2023. Dalam data BPS Provinsi Jawa Timur tahun 2024 mencatat jumlah total UMKM di Jawa Timur mencapai 9.782.262 unit usaha. Angka ini merupakan data kumulatif yang mencakup seluruh pelaku UMKM di Jawa Timur.⁷

Berdasarkan data pelaku UMKM di Pulau Madura, jumlah usaha mikro, kecil, dan menengah menunjukkan kontribusi yang cukup besar terhadap perekonomian daerah. Tercatat bahwa jumlah UMKM di Pulau Madura mencapai sekitar 1.126.787 unit usaha yang tersebar di empat kabupaten. Kabupaten Sumenep memiliki jumlah UMKM terbanyak, yaitu sekitar 401.210 unit usaha, diikuti Kabupaten Bangkalan sebanyak 248.664 unit usaha, Kabupaten Pamekasan sebanyak 247.269 unit usaha, dan Kabupaten Sampang sebanyak 229.644 unit usaha. Data tersebut menunjukkan bahwa aktivitas ekonomi masyarakat Madura didominasi oleh sektor UMKM yang bergerak dalam berbagai bidang usaha, termasuk industri makanan dan

⁶ Badan Pusat Statistik. (2024). *Jumlah Perusahaan Industri Skala Mikro dan Kecil Menurut Provinsi (2024)*. Diakses dari <https://www.bps.go.id>

⁷ Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur. (2024). *Jumlah Perusahaan Industri Mikro dan Kecil Menurut Provinsi (2023)*. Jakarta: BPS RI.

minuman.⁸

Madura dikenal sebagai daerah dengan budaya dan nilai religius yang kuat, yang memengaruhi pola hidup masyarakatnya, termasuk dalam memilih dan mengonsumsi makanan. Daerah ini memiliki kekayaan kuliner berbahan dasar ikan yang berkembang di tengah masyarakat. Pentol gepek tidak hanya mendukung perekonomian UMKM, tetapi juga menjadi kuliner lokal yang perlu dijaga kualitas dan kehalalannya. Berikut data pelaku usaha pentol gepek di Madura per Kabupaten:

Table 1.1 Dta Pelaku Usaha Pentol Gepek di Madura

Kabupaten	Nama Usaha	Alamat \ Lokasi
Bangkalan	Pentol Gepek	Jl. Ach.Marzuki No.34 Pangeranan
	Pentol Gepek dan Tahuku	Telang-UTM
	Pentol Gepek dan Pempek Cakalang	Kamal-Bangkalan
Sampang	Pentol Gepek Bak Nila	Jl. Trunojoyo (depan rumah dinas Wakil Bupati Sampang)
	Pentol Gepek	Alun-alun Sampang
Pamekasan	Pentol Gepek Najwa	Jl. Desa Konang, Kec. Galis, Kab. Pamekasan
	Pentol Gepek	Jl. Kangeran No.22
	Pentol Gepek Neng Khas Pasean	Jl. Raya Talang Siring
	Pentol Gepek Mama Syaql	Jl. Raya Talang Siring
Sumenep	Pentol Gepek Vita	Jl. Lingkar Barat-Geddungan
	Pentol Gepek Mbak Iin	Ambunten

⁸ Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Jawa Timur, *Data UMKM Kabupaten/Kota Jawa Timur Tahun 2025*.

	Pentol Gepek	Ambunten
--	--------------	----------

Sumber: Data Primer diolah Peneliti, 2026.

Dari empat Kabupaten tersebut peneliti memilih dua sampel untuk dilakukan penelitian yaitu Pamekasan dan Sumenep. Pemilihan dua Kabupaten ini sebagai lokasi penelitian didasarkan pada pertimbangan karakteristik wilayah dan dinamika pelaku usahanya. Pamekasan dikenal sebagai salah satu pusat aktivitas perdagangan dan pengembangan UMKM di Madura, sehingga memiliki jumlah pelaku usaha makanan olahan yang relatif berkembang. Sementara itu, Sumenep selain dengan wilayah yang lebih luas dan beragam, pentol gepek ini adalah salah satu jajanan tradisional khas Sumenep. Kondisi ini memungkinkan peneliti memperoleh gambaran mengenai tingkat *halal awareness* dan penerapan Sistem Jaminan Produk Halal (SJPH) pada pelaku usaha yang berada di wilayah tersebut dengan akses informasi dan pembinaan yang lebih terbuka.

Konsep kesadaran halal (*halal awareness*) tidak hanya memiliki dimensi ekonomi dan *social* tetapi juga merupakan perintah yang bersumber langsung dari ajaran Islam. Dalam Al-Qur'an, Allah SWT secara tegas memerintahkan umat-Nya untuk mengkonsumsi serta memperdagangkan sesuatu yang halal dan baik (*halalan tayyiban*). Hal ini sebagaimana tertuang dalam firman Allah SWT pada surah Al-Baqarah ayat 168:

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

"Wahai manusia! Makanlah dari (makanan) yang halal lagi baik yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan. Sungguh, setan itu musuh yang nyata bagimu." (Q.S. al-Baqarah [2]: 168).

Ayat ini menjadi dasar penting bagi pelaku usaha Muslim untuk memastikan bahwa produk yang dihasilkan dan dikonsumsi berasal dari bahan, proses, serta distribusi yang halal. Kesadaran terhadap kehalalan produk bukan sekadar bentuk kepatuhan administratif, melainkan bagian dari ketaatan spiritual kepada Allah SWT.

Kesadaran halal juga menjadi salah satu wujud taqwa dalam praktik bisnis Islami. Sebagaimana ditegaskan dalam Surah Al-Baqarah ayat 172, Allah SWT berfirman:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُلُوا مِن طَيِّبَاتِ مَا رَزَقْنَاكُمْ وَاشْكُرُوا لِلَّهِ إِن كُنتُمْ إِيَّاهُ تَعْبُدُونَ

"Wahai orang-orang yang beriman! Makanlah dari rezeki yang baik-baik yang Kami berikan kepadamu dan bersyukurlah kepada Allah, jika kamu benar-benar hanya kepada-Nya kamu menyembah." (Q.S. al-Baqarah [2]: 172).

Ayat ini menegaskan bahwa kesadaran terhadap kehalalan bukan hanya soal kepatuhan hukum, tetapi juga merupakan manifestasi dari rasa syukur dan ibadah kepada Allah SWT. Oleh sebab itu, halal *awareness* bagi pelaku usaha tidak hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi semata, tetapi juga menjadi bentuk tanggung jawab spiritual untuk menjaga keberkahan usaha serta kepercayaan konsumen Muslim.

Dalam perspektif ekonomi syariah, penerapan halal *awareness* dan Sistem Jaminan Produk Halal (SJPH) tidak hanya dimaknai sebagai bentuk kepatuhan terhadap ketentuan syariat, tetapi juga sebagai instrumen penguatan daya saing dan keberlanjutan usaha (*sustainability*). Prinsip halal dan *halalan thayyiban* menjadi bagian dari mekanisme pembentukan kepercayaan (*trust*) antara produsen dan konsumen, yang dalam ekonomi Islam memiliki nilai strategis sebagai modal sosial dan moral dalam aktivitas bisnis.

UMKM yang mampu menerapkan prinsip halal secara konsisten berpotensi memperoleh legitimasi pasar yang lebih luas, meningkatkan loyalitas konsumen Muslim, serta memperkuat reputasi usaha dalam jangka panjang. Di tengah berkembangnya industri halal nasional dan global, kepatuhan terhadap standar halal juga membuka peluang akses pasar yang lebih besar dan peluang kemitraan usaha. Dengan demikian, rendahnya kesadaran halal dan belum optimalnya penerapan SJPH tidak hanya berdampak pada aspek religius, tetapi juga

berimplikasi pada terbatasnya daya saing dan keberlanjutan usaha mikro di tingkat lokal.

Salah satu contoh nyata dapat dilihat di Madura, yang merupakan wilayah ujung timur dengan potensi kuliner khas yang sangat beragam. Salah satu produk yang banyak dijumpai masyarakat adalah pentol gepek, meskipun produk ini populer dan menjadi sumber penghidupan bagi banyak pelaku usaha kecil, sebagian besar produsen pentol gepek belum memahami secara mendalam pentingnya konsep halal dalam proses produksi, pengolahan, maupun distribusi produk.⁹

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa pelaku usaha pentol gepek di Madura cenderung belum memahami pentingnya sertifikasi halal dan legalitas usaha. Hal ini berdampak pada rendahnya daya saing dan keterbatasan akses pasar yang lebih luas. Kondisi tersebut mencerminkan bahwa tingkat halal *awareness* di kalangan pelaku usaha makanan tradisional di Madura masih rendah, padahal konsumen muslim kini semakin selektif terhadap produk yang dikonsumsi.¹⁰

Penelitian mengenai halal *awareness* telah banyak dilakukan, namun sebagian besar berfokus pada sisi konsumen atau hanya mengukur tingkat pengetahuan pelaku usaha tanpa mengkaji lebih

⁹ “Pentol Gepek, Jajanan asal Ambunten Sumenep yang Tetap Eksis dan Jadi Primadona,” SuaraBangsa, 21 Januari 2024.

¹⁰ Moh. Ibnu Rusy Ramadhan & Abdur Rohman, “Kelayakan Bisnis Usaha Pentol Gapek di Kecamatan Ambunten Kabupaten Sumenep dalam Tinjauan Legalitas”, Jurnal Media Akademik, 2022.

lanjut implementasinya dalam proses produksi sehari-hari. Selain itu, penelitian terdahulu umumnya meneliti UMKM secara umum tanpa menyoroti usaha kuliner tradisional berbasis lokal yang memiliki karakter produksi sederhana dan berskala mikro. Belum banyak penelitian yang secara khusus mengintegrasikan analisis halal *awareness* dengan implementasi elemen Sistem Jaminan Produk Halal (SJPH) serta mengaitkannya dengan aspek daya saing dan keberlanjutan usaha dalam perspektif ekonomi syariah.

Kekosongan kajian inilah yang menjadi celah penting untuk diteliti khususnya pada pelaku usaha pentol gepek di Kabupaten Pamekasan dan Sumenep. Berdasarkan pemaparan latar belakang tersebut, maka peneliti tertarik untuk meneliti lebih dalam dengan judul Analisis Halal Awareness dan SJPH Pada Pelaku Usaha Pentol Gepek Studi Kasus di Madura. Sehingga nantinya dapat berkontribusi bagi kelangsungan usaha tradisional Pentol Gepek di Madura lebih tepatnya di Kabupaten Pamekasan dan Kabupaten Sumenep.

B. Identifikasi Masalah

Mengacu pada pemaparan latar belakang yang telah dikemukakan sebelumnya, determinasi masalah yang menjadi fokus dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Masih rendahnya pemahaman pelaku usaha pentol gepek tentang konsep halal dan SJPH.

2. Sebagian besar pelaku usaha belum memahami kewajiban sertifikasi halal sebagaimana diatur dalam UU No. 33 Tahun 2014.
3. Jumlah pelaku usaha yang memiliki sertifikat halal sangat rendah.

C. Pembatas Masalah

Agar penelitian ini terarah dan tidak menyimpang dari topik yang dipersoalkan dan dapat mencapai sasaran yang diinginkan dengan benar dan tepat, maka penulis membatasi pada pelaku usaha pentol gepek yang ada di Madura. Fokus penelitian diarahkan pada bagaimana tingkat kesadaran pelaku usaha terhadap kehalalan produk, mulai dari pemahaman tentang bahan baku, cara mengolah, hingga kewajiban sertifikasi halal. Selain itu, penelitian ini juga dibatasi pada factor-faktor yang memengaruhi rendahnya kesadaran halal, seperti kurangnya informasi, minim sosialisasi, dan anggapan bahwa sertifikasi halal sulit untuk diurus.

D. Rumusan Masalah

Bertumpu pada paparan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, rumusan masalah dalam penelitian ini didesain sebagai berikut:

1. Bagaimana tingkat halal *awareness* pelaku usaha pentol gepek di Pamekasan dan Sumenep?
2. Bagaimana implementasi elemen SJPH dalam proses produksi pentol gepek di kedua wilayah tersebut?

3. Factor pendukung dan penghambat pelaku usaha di kedua wilayah tersebut?

E. Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui tingkat halal *awareness* pelaku usaha pentol gepek di Pamekasan dan Sumenep?
- b. Untuk mengetahui implementasi SJPH dalam proses produksi pentol gepek di wilayah tersebut?
- c. Untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat pelaku usaha di kedua wilayah tersebut?

2. Kegunaan Penelitian

- a. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan bisa menambah wawasan dalam bidang ekonomi syariah, khususnya yang berkaitan dengan (*hala awareness*) pada pelaku usaha kecil. Hasil penelitian ini dapat memberikan gambaran nyata tentang bagaimana pelaku usaha pentol gepek di Madura khususnya Kabupaten Pamekasan dan Sumenep memahami dan menerapkan prinsip halal dalam kegiatan usahanya.
- b. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat membantu pelaku usaha pentol gepek untuk lebih memahami pentingnya menerapkan prinsip halal dalam setiap tahap produksi. Selain itu, penelitian ini juga dapat memberikan masukan bagi pemerintah daerah, BPJPH, dan pihak terkait lainnya dalam

menyusun program pendampingan atau sosialisasi yang lebih efektif untuk meningkatkan kesadaran halal pelaku UMKM. Bagi masyarakat, penelitian ini dapat memberikan informasi tentang kondisi kehalalan produk pentol gepek yang beredar, sehingga mereka bisa lebih percaya dan merasa aman saat mengonsumsi produk tersebut.

F. Kajian Pustaka

Untuk melakukan penelusuran penelitian ini maka, peneliti melakukan pengkajian pada penelitian terdahulu yang mempunyai kaitan dan perbedaan dengan penelitian yang ditulis dan dikaji. Adapun persamaan dan perbedaan penelitian terlebih dahulu sebagai berikut:

1. Skripsi, Sinta Apriliana. “*Kesadaran Halal Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah Berkaitan Kepemilikan Sertifikasi Halal di Iringmulyono Metro Timur*”. Terdapat persamaan dan perbedaan dalam penelitian ini dengan penelitian oleh Sinta Aprilia. Persamaannya yaitu sama-sama meneliti kesadaran halal (*halal awareness*) pelaku usaha mikro dan kecil, menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode penelitian lapangan. Namun untuk perbedaannya terletak pada objek dan lokasi penelitian. Penelitian tersebut objeknya adalah UMKM makanan dan minuman secara umum, sedangkan penelitian ini lebih spesifik pada usaha pentol gepek

dan lokasi penelitian penulis yaitu Kabupaten Pamekasan dan Sumenep, sedangkan Sinta Apriliana Iringmulyo, Metro Timur.¹¹

2. Skripsi, Rani Permata Sari. “*Pengaruh Halal Awareness dan Pelayanan Sertifikasi Halal Gratis (SEHATI) Terhadap Minat Pelaku Usaha Mikro Kecil (UMK) Untuk Mendaftarkan Produknya di Kota Mitro*”. Terdapat persamaan dan perbedaan dalam penelitian ini dengan penelitian oleh Rani Permata Sari. Persamaannya yaitu meneliti halal *awareness* pelaku usaha dan juga meneliti pelaku usaha kecil/UMKM di bidang makanan. Namun untuk perbedaannya terletak pada fokus utama Rani Permata Sari fokus pada minat mendaftar sertifikasi halal, sedangkan penelitian ini fokus pada tingkat kesadaran halal serta implementasi Sistem Jaminan Produk Halal pada praktik produksi.¹²
3. Skripsi, Syabita Ivanisa. “*Pengaruh Halal Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Halal Meat di Kota Padang Dimediasi Oleh Kepercayaan Konsumen*”. Terdapat persamaan dan perbedaan dalam penelitian ini oleh Syabita Ivanisa. Persamaannya yaitu sama-sama menekankan pentingnya halal *awareness* dalam aktivitas konsumsi dan produksi. Namun untuk perbedaannya terletak pada sudut pandangnya, di mana Syabita Ivanisa lebih berfokus pada sisi

¹¹ Sinta Apriliana, ‘Kesadaran Halal Pelaku Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Berkaitan Kepemilikan Sertifikasi Halal Di Iringmulyo Metro Timur’ (Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro, 2024).

¹² Rani permata Sari, ‘Pengaruh Halal Awareness Dan Pelayanan Sertifikasi Halal Gratis (SEHATI) Terhadap Minat Pelaku Usaha Mikro Kecil (UMK) Untuk Mendaftarkan Produknya Di Kota Metro’ (Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro, 2024).

konsumen, sementara penelitian ini lebih berfokus pada pelaku usaha (produsen) pentol gepek di Kabupaten Pamekasan dan Sumenep.¹³

4. Jurnal, Nusantara, dkk. “*Strategi Meningkatkan Kinerja UMKM Melalui Kesadaran Halal di Kalangan Pelaku Usaha*”. Terdapat persamaan dan perbedaan dalam penelitian ini dengan penelitian oleh Nusantara, dkk. Persamaannya yaitu sama-sama mengkaji tentang pentingnya *halal awareness* kalangan pelaku usaha UMKM. Namun untuk perbedaannya terletak pada fokus objek penelitian. Penelitian tersebut meneliti UMKM secara umum di wilayah Padang, sementara penelitian ini lebih spesifik meneliti pelaku usaha makanan tradisional, yaitu pentol gepek di Kabupaten Pamekasan dan Sumenep.¹⁴
5. Jurnal, Zulaekah S, dkk. “*Analisis Kesadaran Pelaku Usaha Makanan dan Minuman Terhadap Sertifikasi Halal*”. Terdapat persamaan dan perbedaan dalam penelitian ini dengan penelitian oleh Zulaekah S, dkk. Persamaannya yaitu sama-sama membahas kesadaran pelaku usaha terhadap pentingnya halal dan sertifikasi halal. Perbedaannya terletak pada fokus utama yaitu penelitian tersebut mengambil objek pelaku usaha makanan dan minuman secara umum, sedangkan penelitian ini lebih mengkhususkan pada pelaku usaha pentol gepek, sehingga dapat

¹³ Syabita Ivanisa, ‘Pengaruh Halal Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Halal Meat Di Kota Padang Di Mediasi Oleh Kepercayaan Konsumen’ (Universitas Islam Negeri (UIN) Imam Bonjol Padang, 2023).

¹⁴ Ni Putu Mas Aswamedha Yadnya Nusantara, Eka Mariyanti, and Firman syakri Pribadi, ‘Strategi Meningkatkan Kinerja UMKM Melalui Kesadaran Halal Di Kalangan Pelaku Usaha’, *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis (JEMB)*, 3.2 (2024), 190–96
<<https://doi.org/10.47233/jemb.v3i2.2041>>.

menggambarkan secara lebih detail praktik usaha tradisional dan kendala yang dihadapi di tingkat lokal Kabupaten Pamekasan dan Sumenep.¹⁵

6. Faktor yang membedakan penelitian ini dibandingkan penelitian terdahulu adalah belum ada yang meneliti antara korelasi dengan SJPH dan *halal awareness* yang bersifat pada jajanan tradisional, hingga ini menjadi sesuatu yang penting untuk dikaji lebih dalam lagi.

G. Sistematika Pembahasan

BAB I PENDAHULUAN

Pendahuluan berisi sebagai pengantar dari penulisan skripsi secara keseluruhan. Terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, kajian pustaka dan sistematika pembahasan.

BAB II KERANGKA TEORITIK

Pada bagian ini peneliti mengaitkan kajian teori terahulu yang relevan dengan penelitian ini, sebagai bahan kajian lebih lanjut dalam pembahasan. Bab ini akan berisi beberapa landasan teori mengenai uraian umum tentang analisis *halal Awareness* dan SJPH pada pelaku usaha.

BAB III METODE PENELITIAN

¹⁵ Arisma Dwi Wulandari; Muhammad Luthfi Yunanta; Sinta Zulaekah, 'Analisis Kesadaran Pelaku Usaha Makanan Dan Minuman Terhadap Sertifikasi Halal | SYARIAH: E-Proceeding of Islamic Law', 2023, 17–30
<<https://ejournal.unida.gontor.ac.id/index.php/SYARIAH/article/view/11809>>.

Bab ini menjelaskan tata cara penulis dalam melakukan penelitian. Dalam bab ini terdiri dari jenis penelitian, pendekatan penelitian, sumber data dan metode analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Bab ini membahas tentang paparan data yang ditemukan peneliti melalui proses analisis data dengan membandingkan suatu teori dengan teori lainnya. Yang mana hal ini akan berisi dengan bagaimana analisis halal *awareness* pelaku usaha dalam pembuatan pentol gepek.

BAB V PENUTUP

Bab ini merupakan jawaban yang sah kesimpulan dalam pokok permasalahan yang diterapkan dan dianalisis sebelumnya. Dalam bab ini juga disertakan saran yang bermanfaat untuk penelitian berikutnya.