

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Permintaan produk halal di Indonesia terus meningkat seiring bertambahnya kesadaran masyarakat muslim terhadap pentingnya kehalalan suatu produk. Dengan jumlah penduduk muslim lebih dari 87% atau sekitar 237 juta jiwa, kebutuhan akan produk halal menjadi kebutuhan utama. Kesadaran ini tidak hanya dilandasi aspek keagamaan saja, namun terdapat pertimbangan mengenai kesehatan, keamanan, dan kebersihan produk yang dikonsumsi¹.

Sertifikasi halal adalah proses verifikasi yang memastikan bahan baku, tahapan produksi, dan sistem jaminan halal suatu usaha sesuai dengan ketentuan syariah islam. Regulasi sertifikasi halal diatur dalam Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (JPH). Kehadiran sertifikasi halal memberikan jaminan dan transparansi kepada konsumen mengenai keamanan serta kepatuhan produk. Dalam perspektif ekonomi syariah, sertifikasi halal tidak hanya menjadi bentuk implementasi syariat, tetapi juga berperan strategis dalam meningkatkan kepercayaan konsumen dan memperluas peluang pasar industri halal².

Sertifikasi halal ini memberikan kontribusi signifikan dalam meningkatkan daya saing UMKM di pasar global. Dengan jumlah UMKM

¹ Muhamad Ridho et al., "*Persepsi UMKM Produk Olahan Ayam Tentang Sertifikasi Halal*," *Likuid Jurnal Ekonomi Industri Halal* 3, no. 2 (2023).

² Daril Ridho et al., "*Pendampingan Sertifikasi Halal UMKM Kelurahan Jagir Guna Menuju Kampung Madani Surabaya*" 9, no. 4 (2025).

di Indonesia yang mencapai sekitar 65 juta, masih banyak pelaku UMKM yang masih memiliki keterbatasan pemahaman dan kesadaran terhadap adanya sertifikasi halal. Dari banyaknya pelaku UMKM di Indonesia masih sekitar 3 juta produk yang memiliki sertifikat halal. Dalam pelaksanaannya, banyak pelaku UMKM masih kurang memahami dan menyadari pentingnya sertifikasi halal. Pelaksanaan sertifikasi halal ini mengalami berbagai kendala, seperti terbatasnya akses terhadap informasi dan sosialisasi yang memadai³.

Sertifikasi halal juga menjadi faktor penting dalam menentukan keputusan pembelian. Konsumen tidak hanya mempertimbangkan harga dan kualitas, tetapi konsumen juga mempertimbangkan sejauh mana pelaku usaha mampu memberikan rasa aman, transparansi, serta kepastian mengenai produk yang dikonsumsi sudah terjamin kehalalannya⁴. Sertifikasi halal ini juga dapat membuka peluang penjualan yang lebih besar dan berdampak pada peningkatan pendapatan usaha. Dengan demikian, sertifikasi halal tidak hanya berkaitan dengan aspek keagamaan, tetapi juga memiliki manfaat dari sisi ekonomi dan daya saing UMKM⁵.

Persepsi pelaku UMKM terhadap kewajiban sertifikasi produk halal di sekitar kampus UIN K.H.Abdurrahman Wahid Pekalongan menunjukkan

³ Muhammad Faiz Mamduh et al., “Challenging and Encouraging Halal Certification in Handicraft MSMEs,” *Journal of Halal Science and Research* 5, no. 2 (2024).

⁴ Melly Amelia, “Pengaruh Kepercayaan Konsumen Dan Halal Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Muslim Di Restoran Pantai Pondok Permai,” *Universitas Medan Area* (Universitas Medan Area, 2023).

⁵ Binti Anik Sulastri, Elfira Maya Adiba, and Lilis Suaibah, “Pengaruh Label Halal Terhadap Pendapatan Agroindustri Obat Tradisional Dan Tanaman Rempah Di Madura,” *Qawwam : The Leader's Writing* 3, no. 2 (2022).

kesenjangan signifikan antara kesadaran dan implementasi sertifikasi halal. Para pelaku UMKM masih menganggap bahwa persyaratan untuk mendapatkan sertifikat halal sangat rumit dan ketidakpahaman tata cara pendaftaran, serta biaya yang dianggap mahal bagi usaha kecil dengan pendapatan tidak menentu⁶.

Begitu juga mengenai persepsi dan minat pelaku UMKM pengolahan hasil ternak terhadap sertifikasi halal di Kota Kediri menunjukkan hasil bahwa pelaku UMKM menganggap bahwa dengan adanya sertifikat halal dapat meningkatkan kepercayaan konsumen, namun pelaku UMKM juga menyatakan bahwa penyebab tidak memiliki sertifikat halal yaitu dikarenakan kurangnya sosialisasi dari pemerintah kepada setiap elemen masyarakat⁷.

Dapat disimpulkan bahwa pelaku UMKM masih banyak yang masih belum memiliki sertifikasi halal yang dikarenakan kurangnya pengetahuan mengenai cara daftar sertifikasi halal sehingga pelaku UMKM menyimpulkan bahwa mendapatkan sertifikat halal itu sangat rumit, selain itu pelaku UMKM juga menganggap bahwa biaya untuk mendaftarkan produk agar mendapatkan sertifikat halal itu sangat mahal dan tidak setara dengan penghasilan yang didapatkan dari hasil usahanya. Oleh karena itu, edukasi dan pendampingan mengenai sertifikasi halal menjadi sangat

⁶ Afifa Nur Hasanah Isnaenul Azizah, Alwan Isya Alkhazuri, "*Persepsi Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah Terhadap Kewajiban Sertifikasi Produk Halal*," SIL'AH: Jurnal Ekonomi Syariah 1 (2024).

⁷ Chanifan Ibadi Fajar Herlambang and Siti Azizah, "*Persepsi Dan Minat Pelaku UMKM Pengolahan Hasil Ternak Terhadap Sertifikasi Halal Di Kota Kediri*," Jurnal Riset Rumpun Ilmu Hewani 3, no. 1 (2024).

penting untuk meningkatkan pemahaman serta kesadaran pelaku UMKM akan pentingnya sertifikasi halal dan legalitas usaha⁸.

Peneliti kali ini memutuskan untuk meneliti salah satu UMKM yang ada di Kota Surabaya, dikarenakan Kota Surabaya memiliki jumlah UMKM yang mencapai sekitar 150.000 unit yang terdiri dari berbagai sektor usaha, termasuk makanan dan minuman. Dari total tersebut, sebanyak 19.000 UMKM minuman dan makanan telah memiliki sertifikat halal, ini menunjukkan bahwa sekitar 87% UMKM minuman dan makanan di Surabaya belum memiliki sertifikat halal⁹.

Fenomena tersebut juga ditemukan pada Dimsum Echo Surabaya. Dimsum Echo merupakan usaha yang bergerak di bidang kuliner dan telah mengalami perkembangan usaha. Berdasarkan data, usaha ini tidak hanya beroperasi di Surabaya, tetapi juga telah memiliki cabang di Jember. Perkembangan usaha tersebut juga dilihat dari adanya penjualan selama 12 bulan, dengan omzet yang mengalami perubahan dari Rp. 450.000 pada bulan Januari hingga mencapai Rp. 2.700.000 pada bulan Mei. Data tersebut menunjukkan bahwa Dimsum Echo telah memiliki aktivitas penjualan dan konsumen yang perlu dipertahankan dalam keberlangsungan usahanya. Namun, di tengah perkembangan tersebut terdapat persoalan yang menarik

⁸ Luluk Hanifah and Filda Felisa Putri, *“Edukasi Dan Pendampingan Sertifikasi Halal Gratis (SEHATI) Dengan Skema Self Declare Bagi Pelaku UMKM Sumenep,”* Santri : Journal of Student Engagement 3, no. 2 (2024).

⁹ Kominfo.jatimprov.go.id, *“19 Ribu UMKM Mamin Surabaya Bersertifikasi Halal,”* Kominfo.Jatimprov.Go.Id, last modified 2024, <https://kominfo.jatimprov.go.id/berita/19-ribu-umkm-mamin-surabaya-bersertifikasi-halal>.

untuk dikaji, yaitu Dimsum Echo Surabaya hingga saat penelitian dilakukan belum memiliki sertifikasi halal resmi.

Kondisi tersebut menunjukkan adanya kesenjangan antara meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya kehalalan produk dengan belum optimalnya kepemilikan sertifikasi halal pada pelaku UMKM kuliner. Oleh karena itu, Dimsum Echo Surabaya dinilai relevan sebagai lokasi penelitian untuk mengkaji persepsi pelaku usaha dan kepercayaan konsumen terhadap produk yang belum tersertifikasi halal di tengah persaingan usaha dimsum. Kebaruan penelitian ini yaitu terletak pada fokus studi kasus di Dimsum Echo Surabaya yang menggabungkan persepsi pelaku UMKM terhadap sertifikasi halal dan dampaknya terhadap kepercayaan konsumen.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang dari penelitian, ada beberapa permasalahan yang dapat diidentifikasi, yaitu sebagai berikut:

1. Terdapat keragaman pemahaman pelaku UMKM mengenai fungsi dari pentingnya sertifikasi halal, belum diketahui bagaimana persepsi pelaku UMKM terhadap sertifikasi halal pada Dimsum Echo Surabaya.
2. Terdapat dugaan bahwa keterbatasan informasi, biaya, dan prosedur administratif memengaruhi sikap perilaku UMKM dalam mengajukan sertifikasi halal.
3. Adanya ketidakjelasan mengenai persepsi pelaku UMKM terhadap sertifikasi halal dan pengaruhnya terhadap kepercayaan konsumen.

C. Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah dalam penelitian ini diarahkan pada persepsi pelaku UMKM di Dimsum Echo Surabaya mengenai sertifikasi halal, yang meliputi pemahaman, sikap, dan pandangan pelaku usaha terhadap proses sertifikasi halal, serta persepsi dari konsumen Dimsum Echo Surabaya. Ruang lingkup penelitian ini juga terbatas pada data primer yang dikumpulkan melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi dari satu unit bisnis, yakni Dimsum Echo Surabaya, sehingga temuan penelitian tidak dimaksudkan untuk digeneralisasi ke seluruh UMKM di bidang kuliner.

D. Rumusan Masalah

1. Bagaimana persepsi pelaku UMKM Dimsum Echo Surabaya terhadap pentingnya sertifikasi halal dalam pengelolaan usahanya?
2. Bagaimana persepsi konsumen Dimsum Echo Surabaya terhadap pentingnya sertifikasi halal dalam keputusan pembelian?
3. Bagaimana peran sertifikasi halal dalam mempengaruhi kepercayaan konsumen terhadap produk Dimsum Echo Surabaya?

E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini yaitu guna untuk menjawab dari rumusan masalah yang ada, yakni:

1. Untuk mengetahui persepsi pelaku UMKM Dimsum Echo Surabaya terhadap pentingnya sertifikasi halal dalam kegiatan usahanya.

2. Untuk mengetahui persepsi konsumen Dimsum Echo Surabaya terhadap pentingnya sertifikasi halal dalam memengaruhi keputusan pembelian.
3. Untuk mengetahui peran sertifikasi halal dalam mempengaruhi kepercayaan konsumen.

Penelitian ini diharapkan dapat memiliki manfaat bagi semua pihak, secara langsung maupun tidak langsung, diantaranya yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini memberikan kontribusi secara teoritis pada literatur ekonomi syariah dengan memperdalam wawasan tentang fungsi sertifikasi halal dalam membentuk pandangan pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) serta dampaknya pada kepercayaan konsumen. Kasus studi Dimsum Echo Surabaya mengilustrasikan bagaimana pengetahuan, pengalaman, dan sikap pengusaha terhadap sertifikasi halal mempengaruhi pilihan bisnis mereka, sekaligus menjadi fondasi untuk merancang model teoritis mengenai pandangan pelaku usaha dalam ranah bisnis halal.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Universitas Trunodjoyo Madura

Penelitian ini memberikan manfaat praktis bagi kampus melalui penyediaan referensi empiris untuk pengembangan kurikulum dan bahan ajar di bidang ekonomi syariah serta manajemen usaha halal. Hasil dari penelitian juga berfungsi sebagai landasan bagi dosen dan peneliti untuk melakukan penelitian

lanjutan tentang sertifikasi halal dan pelaku UMKM, sehingga meningkatkan kontribusi akademik kampus terhadap industri halal.

b. Pelaku UMKM Dimsum Echo Surabaya

Penelitian ini memberikan manfaat praktis bagi pelaku usaha dengan meningkatkan pemahaman tentang peran sertifikasi halal dalam membangun kepercayaan dan loyalitas konsumen. Hasil dari penelitian berfungsi sebagai panduan bagi UMKM, khususnya Dimsum Echo Surabaya untuk mengidentifikasi faktor-faktor persepsi terhadap sertifikasi halal, memungkinkan keputusan yang lebih tepat dalam peningkatan kualitas produk, kepatuhan standar halal, dan strategi pemasaran.

F. Kajian Teori

Dari hasil kajian literatur, penulis telah melakukan tinjauan pustaka terhadap berbagai temuan penelitian terdahulu. Hal ini bertujuan untuk digunakan sebagai bahan referensi dan untuk mengidentifikasi kesenjangan dalam penelitian sebelumnya. Banyak peneliti yang telah meneliti tentang persepsi pelaku UMKM terhadap sertifikasi halal dan kepercayaan konsumen, diantaranya:

1. Penelitian oleh Nadila Eka Witiningtyas (2024) dengan judul “Persepsi Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah Kota Madiun Terhadap Sertifikasi Produk Halal” penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Latar belakang dari penelitian ini yaitu karena adanya kondisi di mana dari 23.672 unit UMKM di Kota Madiun yang berpenduduk

mayoritas muslim (187.000 jiwa), hanya sekitar 300 UMKM yang telah memiliki sertifikat halal. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi pelaku UMKM terbentuk melalui tiga komponen yaitu aspek pengetahuan, pengaruh emosional dan penilaian, motivasi Tindakan yang dipengaruhi oleh faktor internal (pengalaman, kebutuhan, penilaian, dan ekspektasi) serta faktor eksternal (informasi dan pandangan lingkungan sekitar). Temuan utama mengungkapkan bahwa pelaku UMKM yang memiliki persepsi positif terhadap sertifikasi halal cenderung lebih termotivasi untuk melakukan sertifikasi, sehingga persepsi memiliki dampak signifikan terhadap pengambilan keputusan mereka¹⁰. Perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian yang saya lakukan terletak pada metode dan cakupan penelitian. Penelitian oleh Nadila menggunakan objek multiple UMKM di Kota Madiun, sedangkan penelitian yang saya lakukan menggunakan studi kasus tunggal pada Dimsum Echo Surabaya.

2. Penelitian oleh Baharuddin (2022) dengan judul “Persepsi Pengusaha Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Terhadap Kewajiban Sertifikasi Halal (Studi Usaha Kuliner di Alun-alun dan Pantai Bahari Polewali Mandar) penelitian ini dilakukan menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan multidisipliner (sosiologis, fenomenologis, dan psikologis). Hasil penelitian menunjukkan bahwa

¹⁰ Nadila Eka Witiningtyas, “Persepsi Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah Terhadap Kewajiban Sertifikasi Produk Halal,” *SIL'AH: Jurnal Ekonomi Syariah* (Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2024).

pengusaha UMKM di Alun-alun dan Pantai Bahari Polewali Mandar dapat menerima adanya kewajiban sertifikasi halal namun masih memiliki kekhawatiran terkait prosedur pengajuan, kesempatan mengurus, dan biaya yang harus dikeluarkan¹¹. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian saya yaitu terletak pada objek UMKM, dalam penelitian ini penelitian dilakukan pada dua lokasi, sedangkan penelitian saya fokus pada satu lokasi dan menggabungkan persepsi pelaku UMKM dan konsumen.

3. Penelitian oleh Dinastiya Iriani Azzahro (2023) dengan judul “Persepsi Pelaku UMKM Atas Kebijakan Sertifikasi Halal di Jrebeng Lor kodopok Kota Probolinggo” yang menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik purposive sampling terhadap pelaku UMKM rengginang memiliki perspektif positif terhadap sertifikasi halal, tetapi masih membutuhkan serangkaian edukasi dan pembinaan mengenai prosedur pembuatan sertifikasi halal bagi usaha mereka¹². Perbedaan penelitian ini dengan penelitian saya yaitu, penelitian ini hanya menganalisis persepsi pelaku UMKM saja, sedangkan penelitian saya mengkaji persepsi pelaku UMKM dan konsumen.
4. Penelitian yang dilakukan oleh Desi Andriani (2025) dengan judul “Pengaruh Label Halal, Literasi Halal dan Promosi Terhadap

¹¹ Baharuddin, “*Persepsi Pengusaha Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Terhadap Kewajiban Sertifikasi Halal (Studi Usaha Kuliner Di Alun Alun Dan Pantai Bahari Polewali Mandar)*” (Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare, 2022).

¹² Dinastiya Iriani Azzahro, “*Persepsi Pelaku UMKM Atas Kebijakan Sertifikasi Halal Di Jrebeng Lor Kedopok Kota Probolinggo*” (Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, 2023).

Kepercayaan Konsumen Dalam Mengonsumsi Produk UMKM Pada Zona Kuliner Halal Aman dan Sehat (KHAS) Di Kota Pekanbaru” menggunakan metode kuantitatif dengan Teknik Accidental Sampling, menunjukkan bahwa label halal berkontribusi secara positif dan bermakna terhadap kepercayaan konsumen, begitupun dengan adanya tingkat literasi halal serta upaya promosi juga dapat meningkatkan kepercayaan konsumen. Ketika ketiga faktor tersebut dianalisis bersama, mereka secara simultan memberikan pengaruh signifikan terhadap kepercayaan konsumen¹³. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian saya terletak pada metode penelitian. Pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, sedangkan penelitian yang saya lakukan menggunakan metode kualitatif.

5. Penelitian oleh Feli Parsah (2024) yang berjudul “Pengaruh Kesadaran dan Pengetahuan Pelaku UMKM Terhadap Proses Sertifikasi Halal (Studi Kasus Klien Lembaga halalkita.id) yang menggunakan metode kuantitatif dan analisis SEM-PLS, penelitian ini menemukan bahwa baik kesadaran maupun pengetahuan pelaku UMKM berpengaruh positif dan signifikan terhadap proses sertifikasi halal. Temuan ini menunjukkan bahwa perilaku UMKM dalam mengurus sertifikasi halal sangat dipengaruhi oleh tingkat pemahaman mereka mengenai konsep halal, pentingnya kehalalan produk, serta kesadaran untuk memastikan

¹³ Desi Andriani, “Pengaruh Label Halal Literasi Halal Dan Promosi Terhadap Kepercayaan Konsumen Dalam Mengonsumsi Produk Umkm Pada Zona Kuliner Halal Aman Dan Sehat (Khas) Di Kota Pekanbaru” (2025).

keamanan dan kebersihan dalam produksi¹⁴. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang saya lakukan yaitu terletak pada metode penelitian. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, sedangkan pada penelitian saya menggunakan metode kualitatif. Penelitian ini mengkaji tentang pengetahuan pelaku UMKM terhadap proses sertifikasi halal, sedangkan penelitian saya mengkaji persepsi pelaku UMKM dan konsumen terhadap sertifikasi halal.

6. Penelitian oleh Abrista Devi dan Arum Mutoharoh (2023) yang berjudul “Analisis Persepsi Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah tentang Proses Sertifikasi Halal Melalui BPJPH” yang menggunakan metode penelitian kuantitatif deskriptif dengan menggunakan kuesioner kombinasi, menyatakan persepsi secara keseluruhan positif pada aspek minat, motivasi, harapan, pengalaman, biaya, waktu, dan dukungan sosial, meskipun pemahaman masih terbatas yang diakibatkan minimnya informasi, biaya, serta prosedur rumit yang melibatkan BPJPH, MUI, dan LPH, pelaku usaha sadar mengenai manfaat label halal untuk membangun kepercayaan konsumen dan meningkatkan penjualan¹⁵. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang saya lakukan yaitu, penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif,

¹⁴ Feli Parsah, “Pengaruh Kesadaran Dan Pengetahuan Pelaku UMKM Terhadap Proses Sertifikasi Halal (Studi Kasus Klien Lembaga Halalkita . Id),” *Repository.Uinjkt.Ac.Id* (Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2024), <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/79045/1/FELI%20PARSIH-TESIS-FEB.pdf>.

¹⁵ Abrista Devi & Arum Mutoharoh, “Analisis Persepsi Pelaku Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Tentang Proses Sertifikasi Halal Melalui BPJPH,” *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* 6, no. 3 (2023).

sedangkan saya menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Penelitian ini mengkaji UMKM secara keseluruhan, sedangkan pada penelitian saya hanya menggunakan satu UMKM.

7. Penelitian oleh Telsy Fratama Dewi Samad yang berjudul “Pengaruh Persepsi Label Halal Terhadap Preferensi Konsumen pada restoran Pizza Hut dan KFC di Yogyakarta” dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi konsumen terhadap label halal berada pada kategori baik, persepsi label halal terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi konsumen, sehingga semakin baik persepsi terhadap label halal maka semakin tinggi preferensi pembelian¹⁶. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian saya yaitu, penelitian ini berfokus pada konsumen dan preferensi pembelian, sedangkan penelitian saya mengkaji persepsi pelaku UMKM dan konsumen.
8. Penelitian oleh Nur Dwi Astutik, Ahmad Ahsin Kusuma Mawardi, dan Agus Mahardiyanto (2021) dengan judul “Persepsi Konsumen Muslim terhadap Sertifikasi Halal pada De Dapoer Rhadana Hotel Kuta Bali” menggunakan metode deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen muslim memiliki persepsi positif dan menganggap sertifikasi halal sebagai aspek yang penting dalam keputusan konsumsi dan menganggap sertifikasi halal sebagai aspek

¹⁶ Telsy Fratama Dewi Samad, “Pengaruh Persepsi Label Halal Terhadap Preferensi Konsumen Pada Restoran Pizza Hut Dan KFC Di Yogyakarta,” *FALAH: Jurnal Ekonomi Syariah* 4, no. 1 (2019).

yang penting dalam keputusan pembelian¹⁷. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang saya lakukan yaitu, penelitian ini hanya mengkaji persepsi konsumen saja, sedangkan penelitian saya menggabungkan persepsi pelaku UMKM dan konsumen.

Tabel Penelitian Terdahulu

NO	Nama Penulis dan Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Penelitian oleh Nadila Eka Watiningtyas dengan judul “Persepsi pelaku usaha mikro kecil dan menengah kota Madiun terhadap sertifikasi produk halal” (2024)	Jenis penelitian yang dilakukan yaitu penelitian lapangan (<i>Field Research</i>) dan menggunakan metode kualitatif deskriptif.	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi pelaku UMKM terbentuk melalui tiga komponen yaitu aspek pengetahuan, pengaruh emosional dan penilaian, motivasi tindakan yang dipengaruhi oleh faktor internal (pengalaman, kebutuhan, penilaian, dan ekspektasi) serta faktor eksternal (informasi dan	Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang saya lakukan yaitu pada fokus kajian, persepsi pelaku UMKM terhadap sertifikasi halal.	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian saya terdapat pada objeknya, penelitian ini menggunakan objek multiple UMKM di Kota Madiun, sedangkan saya fokus pada satu UMKM yaitu Dimsum Echo Surabaya.

¹⁷ Agus Mahardiyanto Nur Dwi Astutik, Ahmad Ahsin Kusuma Mawardi, “Persepsi Konsumen Muslim Terhadap Sertifikasi Halal Pada De Dapoer Rhadana Hotel Kuta Bali,” *Jurnal Al-Qardh* 6, no. 1 (2021).

			pandangan lingkungan sekitar).		
2.	Penelitian oleh Baharuddin dengan judul “Persepsi pengusaha usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) terhadap kewajiban sertifikasi halal (Studi usaha kuliner di alun-alun dan pantai bahari Polewali Mander)” (2022)	Jenis penelitian yang digunakan yaitu kualitatif dengan menggunakan pendekatan multidisipliner yang meliputi pendekatan sosiologis, pendekatan fenomenologis dan pendekatan psikologis.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengusaha UMKM di alun-alun dan pantai bahari Polewali Mander dapat menerima adanya kewajiban sertifikasi halal namun masih memiliki kekhawatiran terkait prosedur pengajuan, kesempatan mengurus, dan biaya yang harus dikeluarkan.	Persamaan penelitian ini dengan penelitian saya yaitu terletak pada fokus persepsi pelaku UMKM terhadap sertifikasi halal.	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian saya yaitu terletak pada objek UMKM, dalam penelitian ini penelitian dilakukan pada dua lokasi, sedangkan penelitian saya fokus pada satu lokasi dan menggabungkan persepsi pelaku UMKM dan konsumen.
3.	Penelitian oleh Dinastiya Iriani Azzahro dengan judul “Persepsi pelaku UMKM atas kebijakan sertifikasi halal di Jrebeng Lor Kodopok Kota	Menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan teknik purposive sampling.	Hasil penelitian menyatakan bahwa pelaku UMKM memiliki perspektif positif terhadap sertifikasi halal, tetapi masih membutuhkan serangkaian edukasi dan pembinaan	Persamaan penelitian ini dengan penelitian saya terletak pada kajian persepsi pelaku UMKM terhadap sertifikasi halal dan objek penelitian yang sama berada pada	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian saya yaitu, penelitian ini hanya menganalisis persepsi pelaku UMKM saja, sedangkan penelitian saya mengkaji persepsi pelaku UMKM dan konsumen.

	Probolinggo” (2023)		mengenai prosedur pembuatan sertifikasi halal bagi usaha mereka.	sektor makanan.	
4.	Penelitian oleh Desi Andriani dengan judul “Pengaruh label halal, literasi halal dan promosi terhadap kepercayaan konsumen dalam mengonsumsi produk UMKM pada Zona Kuliner Halal Aman dan Sehat (KHAS) di kota Pekanbaru” (2025)	Menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan teknik accidental sampling.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa label halal berkontribusi secara positif dan bermakna terhadap kepercayaan konsumen, begitupun dengan adanya tingkat literasi halal serta upaya promosi juga dapat meningkatkan kepercayaan konsumen.	Persamaan penelitian ini dengan penelitian saya terletak pada konteks penelitian di sektor kuliner yang berada di perkotaan.	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian saya terletak pada metode penelitian. Pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, sedangkan penelitian yang saya lakukan menggunakan metode kualitatif.
5.	Penelitian oleh Feli Oarsah dengan judul “Pengaruh kesadaran dan pengetahuan pelaku UMKM terhadap proses sertifikasi halal (studi kasus klien lembaga	Menggunakan metode kuantitatif dan analisis SEM-PLS.	Penelitian ini menemukan bahwa baik kesadaran maupun pengetahuan pelaku UMKM berpengaruh positif dan signifikan terhadap proses sertifikasi halal.	Persamaan penelitian ini dengan penelitian saya terletak pada fokus kajian terhadap pelaku UMKM dan sertifikasi halal.	Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, sedangkan pada penelitian saya menggunakan metode kualitatif. Penelitian ini mengkaji tentang pengetahuan pelaku UMKM terhadap proses sertifikasi halal,

	halalkita.id)” (2024)				sedangkan penelitian saya mengkaji persepsi pelaku UMKM dan konsumen terhadap sertifikasi halal.
6.	Penelitian oleh Abrista Devi & Arum Mutoharoh dengan judul “Analisis persepsi pelaku usaha mikro kecil dan menengah tentang proses sertifikasi halal melalui BPJPH” (2023)	Metode penelitian yang digunakan yaitu kuantitatif deskriptif	Hasil penelitian menyatakan persepsi secara keseluruhan positif pada aspek minat, motivasi, harapan, pengalaman, biaya, dan dukungan sosial.	Persamaan penelitian ini dengan penelitian saya yaitu terletak pada kajian persepsi pelaku UMKM terhadap sertifikasi halal.	Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif, sedangkan saya menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Penelitian ini mengkaji UMKM secara keseluruhan, sedangkan pada penelitian saya hanya menggunakan satu UMKM.
7.	Penelitian oleh Telsy fratama Dewi Samad dengan judul “Pengaruh persepsi label halal terhadap preferensi konsumen pada restoran pizza hut dan KFC di Yogyakarta” (2019)	Metode yang digunakan yaitu kuantitatif, dengan metode simple random sampling.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi konsumen terhadap label halal berada pada kategori baik, persepsi label halal terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap	Persamaan penelitian ini dengan penelitian saya terletak pada kajian sertifikasi halal dalam industry kuliner.	Penelitian ini berfokus pada konsumen dan preferensi pembelian, sedangkan penelitian saya mengkaji persepsi pelaku UMKM dan konsumen.

			preferensi konsumen.		
8.	Penelitian oleh Nur Dwi A, Ahmad Ahsin K. W, dan Agus Muhardiyanto dengan judul “Persepsi konsumen muslim terhadap sertifikasi halal pada De Dapoer Rhadana Hotel Kuta Bali” (2021)	Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen muslim memiliki persepsi positif dan menganggap sertifikasi halal sebagai aspek penting dalam keputusan konsumsi.	Persamaan penelitian ini dengan penelitian saya yaitu terletak pada fokus mengkaji tentang persepsi konsumen terhadap sertifikasi halal.	Penelitian ini hanya mengkaji persepsi konsumen saja, sedangkan penelitian saya menggabungkan persepsi pelaku UMKM dan konsumen.

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu

Berdasarkan hasil kajian terhadap delapan penelitian terdahulu, diketahui bahwa penelitian mengenai sertifikasi halal pada UMKM masih berfokus pada aspek tertentu, seperti persepsi pelaku UMKM, proses dan kewajiban sertifikasi halal. Beberapa penelitian juga mengaitkannya dengan literasi halal, promosi, dan kesadaran pelaku UMKM. Namun, masih sedikit penelitian yang membahas persepsi pelaku UMKM dan konsumen terhadap sertifikasi halal secara bersamaan. Selain itu, penelitian pada UMKM kuliner yang belum memiliki sertifikasi halal, khususnya Dimsum Echo Surabaya. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk memberikan pemahaman yang lebih lengkap mengenai persepsi dari sisi pelaku usaha dan konsumen pada UMKM kuliner.

Kebaruan penelitian ini terletak pada pengintegrasian dua perspektif, yaitu persepsi pelaku UMKM dan konsumen terhadap sertifikasi halal dalam satu penelitian kualitatif deskriptif. Berbeda dengan penelitian terdahulu yang umumnya

hanya berfokus pada salah satu perspektif atau menghubungkan sertifikasi halal dengan variabel lain. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran yang lebih menyeluruh mengenai pentingnya sertifikasi halal dari sudut pandang pelaku usaha dan konsumen .