

**DETERMINAN PENDAPATAN PELAKU USAHA MAKANAN HALAL DI  
WILAYAH MINORITAS MUSLIM**  
**(STUDI KASUS PROVINSI BALI)**



**TESIS**

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
SEBAGAI SALAH SATU SYARAT MEMPEROLEH GELAR  
MAGISTER EKONOMI SYARIAH**

**STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA**

**PROGRAM STUDI MAGISTER EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA  
2025**

**DETERMINAN PENDAPATAN PELAKU USAHA MAKANAN HALAL DI  
WILAYAH MINORITAS MUSLIM  
(STUDI KASUS PROVINSI BALI)**



**TESIS**

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
SEBAGAI SALAH SATU SYARAT MEMPEROLEH GELAR  
MAGISTER EKONOMI SYARIAH**

**OLEH**

**ZAINUSSANI**

**23208011004**

**PEMBIMBING:**

**Dr. JEIHAN ALI AZHAR, M.E.I**

**NIP. 19871207 201903 1 009**

**PROGRAM STUDI MAGISTER EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA  
2025**



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 550821, 512474 Fax. (0274) 586117 Yogyakarta 55281

**PENGESAHAN TUGAS AKHIR**

Nomor : B-947/Un.02/DEB/PP.00.9/06/2025

Tugas Akhir dengan judul : DETERMINAN PENDAPATAN PELAKU USAHA MAKANAN HALAL DI WILAYAH MINORITAS MUSLIM (STUDI KASUS PROVINSI BALI)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : ZAINUSSANI, S.H.  
Nomor Induk Mahasiswa : 23208011004  
Telah diujikan pada : Selasa, 10 Juni 2025  
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

**TIM UJIAN TUGAS AKHIR**



Ketua Sidang

Dr. Jeihan Ali Azhar, S.Si.,M.E.I  
SIGNED

Valid ID: 685109391ccf8



Penguji I

Dr. Mukhamad Yazid Afandi, M.Ag.  
SIGNED

Valid ID: 685128e2041e8



Penguji II

Dr. Abdul Haris, M.Ag.  
SIGNED

Valid ID: 6850d125e50e5



Yogyakarta, 10 Juni 2025

UIN Sunan Kalijaga

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Prof. Dr. Misnen Ardiansyah, S.E., M.Si., Ak., CA., ACPA.

SIGNED

Valid ID: 6851301eb65000

## HALAMAN PERSETUJUAN TESIS

Hal: Tesis Saudara Zainussani

Kepada:

**Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

**UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta**

Di- Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa Tesis saudara:

Nama : Zainussani

NIM : 23208011004

Judul Tesis : Determinan Pendapatan Pelaku Usaha Makanan Halal Di Wilayah Minoritas Muslim (Studi Kasus Provinsi Bali)

Sudah dapat diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan/Prodi Magister Ekonomi Syariah UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister dalam Ilmu Ekonomi Islam.

Dengan ini kami mengharap agar Tesis saudara tersebut dapat segera dimunaqasyahkan. Untuk itu kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 29 April 2025

Pembimbing,



**Dr. Reihan Ali Azhar, M.E.I**

NIP. 19871207 201903 1 009

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Zainussani

NIM : 23208011004

Jurusan : Magister Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa Tesis yang berjudul “Determinan Pendapatan Pelaku Usaha Makanan Halal di Wilayah Minoritas Muslim (Studi Kasus Provinsi Bali)” adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusunan sendiri, bukan duplikasi atau saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan disebut dalam *body note* dan daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan dalam karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Yogyakarta, 05 Mei 2025

Penyusun



## **HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI**

Sebagai civitas akademik, Universitas Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Zainussani  
NIM : 23208011004  
Program Studi : Magister Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas : UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta  
Jenis Karya : Tesis

Demi pengembangan pengetahuan, karya saya yang berjudul :

**“DETERMINAN PENDAPATAN PELAKU USAHA MAKANAN HALAL DI WILAYAH MINORITAS MUSLIM (STUDI KASUS PROVINSI BALI)”**

Dengan ini menyatakan sanggup untuk menerbitkan Tesis ke dalam Jurnal yang tersertifikasi Standar DOAJ (*Directory of Open Access Journals*), guna memenuhi salah satu syarat Ujian Tugas Akhir / Tesis di Program Studi Magister Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Yogyakarta, 20 Mei 2025

Penyusun,



Zainussani

## **HALAMAN MOTTO**

**“Sukses itu bukan hanya soal usaha, tapi juga soal doa dan keikhlasan”**

**-Ibu-**

**“Berjuang di tempat minoritas bukan berarti kecil, tapi justru menunjukkan keteguhan hati”**

**-Ayah-**



## **HALAMAN PERSEMBAHAN TESIS**

“Tesis ini saya persembahkan untuk semua anggota keluarga besar saya tercinta

serta untuk Almamater saya UIN Sunan Kalijaga”



## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan tesis ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1987 dan 0543b/U/1987.

### A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Bā'	b	be
ت	Tā'	t	te
ث	Śā'	ś	es (dengan titik di atas)
ج	Jīm	j	je
ح	Hā'	ḥ	ha (dengan titik di atas)
خ	Khā'	kh	ka dan ha
د	Dāl	d	de
ذ	Žāl	ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Rā'	r	er
ز	Zāi	z	zet
س	Sīn	s	es
ش	Syīn	sy	es dan ye es (dengan titik di atas)

ص	Sād	§	bawah)
ض	Dād	ɖ	de (dengan titik di bawah)
ط	Tā'	ʈ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Zā'	z	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘Ain	‘	koma terbalik di atas
غ	Gain	g	ge
ف	Fā'	f	ef
ق	Qāf	q	qi
ك	Kāf	k l	ka
ل	Lām	m	el
م	Mīm	n	em
ن	Nūn	w	en

و	Wāwu	ه	w
ـ	Hā'	ـ	ha
ء	Hamzah	ـ	apostrof
ي	Yā'	ـ	Ye

## B. Konsonan Rangkap karena Syaddah Ditulis Rangkap

متعددة	Ditulis	<i>Muta'addidah</i>
ـدة	Ditulis	<i>'iddah</i>

## C. Tā' marbūtah

Semua *tā' marbūtah* ditulis dengan *h*, baik berada pada akhir kata tunggal ataupun berada di tengah penggabungan kata (kata yang diikuti oleh kata sandang “al”). ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata Arab yang sudah terserap dalam bahasa Indonesia, seperti shalat, zakat, dan sebagainya kecuali dikehendaki kata aslinya.

حكمة	Ditulis	<i>Hikmah</i>
ـلة	Ditulis	<i>'illah</i>
كرامة الولياء	Ditulis	<i>karāmah al-auliyā'</i>

## D. Vokal Pendek dan Penerapannya

- <sup>○</sup> -	Fathah	ditulis	A
- <sup>◊</sup> -	Kasrah	ditulis	i
- <sup>˘</sup> -	Dammah	ditulis	u

فُعْلٌ	Fathah	ditulis	<i>fa'ala</i>
ذَكْرٌ	Kasrah	ditulis	<i>żukira</i>
يَذْهَبُ	Dammah	ditulis	<i>yazhabu</i>

## E. Vokal Panjang

1. fathah + alif  جَاهِلِيَّةٌ	ditulis	<i>Ā</i>  <i>jāhiliyy ah</i>
2. fathah + yā' mati  تَنْسِي	ditulis	<i>ā</i>  <i>tansā</i>
3. Kasrah + yā' mati  كَرِيمٌ	ditulis	<i>ī</i>  <i>karīm</i>
4. Dammah + wāwu mati  فَرُوضٌ	ditulis	<i>ū</i>  <i>furūd</i>

## F. Vokal Rangkap

1. fatḥah+yā' mati <b>بِينَكُمْ</b>	Ditulis	<i>Ai</i> <i>bainakum</i>
2. fatḥah + wāwu mati <b>قُول</b>	Ditulis	<i>au</i> <i>Qaul</i>

## G. Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata Dipisahkan dengan Apostrof

أَنْتُمْ أَعْدَتْ شَكْرَتْمُ لَنْ	Ditulis	<i>a'antum</i> <i>u'idat</i> <i>la'in syakartum</i>
---	---------	---

## H. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti huruf *Qamariyyah* maka ditulis dengan menggunakan huruf awal “al”

القرآن القياس	Ditulis	<i>al-Qur'an</i> <i>al-Qiyās</i>
------------------	---------	-------------------------------------

2. Bila diikuti huruf *Syamsiyah* ditulis sesuai dengan huruf pertama *Syamsiyah* tersebut

السماء الشمس	Ditulis	<i>as-Samā'</i> <i>asy-Syams</i>
-----------------	---------	-------------------------------------

## I. Penulisan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut penulisannya

ذو الفروض	Ditulis	<i>żawi al-furūd</i>
أهل السنة	Ditulis	<i>Ahl as-sunnah</i>



## KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan menyebut nama Allah yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, puji Syukur hanya bagi Allah atas segala hidayah-Nya sehingga penyusun dapat menyelesaikan Tesis dengan judul “Determinan Pendapatan Pelaku Usaha Makanan Halal Di Wilayah Minoritas Muslim (Studi Kasus Provinsi Bali)”. Sholawat serta salam semoga tetap terlimpah curahkan kehadiran junjungan kita Nabi besar Muhammad SAW, Keluarga dan Sahabatnya. Alhamdulillah atas ridho Allah SWT dan bantuan dari semua pihak, akhirnya Tesis ini dapat terealisasikan. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini sudah sepatutnya penyusun mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Noorhaidi, S.Ag., MA, M.Phil., Ph.d, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Prof. Dr. Misnen Ardiansyah, S.E., AK, CA., ACPA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam beserta jajarannya.
3. Bapak Dr. M. Ghafur Wibowo, S.E., M.Sc, selaku Kaprodi Magister Ekonomi Syariah.
4. Bapak Prof. Dr. Jeihan Ali Azhar, M.E.I, sebagai dosen pembimbing akademik dan dosen pembimbing tesis yang telah membimbing, mengarahkan dan memberi masukan dengan penuh kesabaran kepada penulis.
5. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta yang telah memberikan wawasan kepada penulis.
6. Seluruh Staf dan Pegawai Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta.
7. Ayah Sjamsuri dan Ibu Mariama, semoga Allah SWT senantiasa mengampuni dan merahmati mereka.

8. Adik penulis, dan semua anggota keluarga besar penulis yang selalu memotivasi dan mendoakan untuk penulis.
9. Teman seperjuangan Prodi Magister Ekonomi Syariah 2023 khususnya MES (A) yang telah banyak membantu penulis.
10. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam penyusunan tugas akhir serta dalam menempuh studi yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis berdoa semoga semua bantuan yang diberikan menjadi amal soleh bagi masing-masing pihak. Penulis juga berharap semoga tesis ini bermanfaat bagi kehidupan, terutama dalam pengembangan ilmu pengetahuan.

Yogyakarta, 25 Mei 2025



(Zainussani)



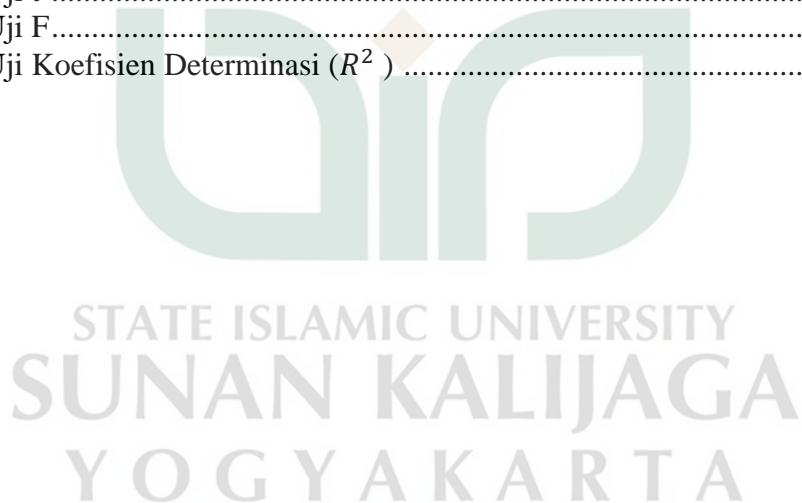
## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL .....	i
HALAMAN JUDUL .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN TESIS .....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN TESIS.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI .....	vi
HALAMAN MOTTO .....	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN TESIS .....	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN.....	ix
KATA PENGANTAR.....	xv
DAFTAR ISI .....	xvii
DAFTAR TABEL .....	xix
DAFTAR GAMBAR.....	xx
ABSTRAK .....	xxi
ABSTRACT .....	xxii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
A. Latar belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	5
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Sistematis Pembahasan.....	7
BAB II .....	9
LANDASAN TEORI DAN KAJIAN PUSTAKA.....	9
A. Landasan Teori .....	9
1. Teori Pandangan Berbasis Sumber Daya ( <i>Resource-based View</i> ) .....	9
2. Makanan Halal.....	12
3. Pendapatan dan Pelaku Usaha .....	14
4. Sertifikat Halal .....	16
5. Strategi Promosi.....	18

6.	Harga.....	21
7.	Kualitas produk.....	22
8.	Tingkat Kesadaran Konsumen Terhadap Halal .....	25
9.	Persaingan Pasar .....	28
B.	Kajian Pustaka .....	29
C.	Pengembangan hipotesis .....	37
D.	Kerangka Teoritik.....	48
<b>BAB III</b>		<b>49</b>
<b>METODE PENELITIAN</b>		<b>49</b>
A.	Jenis penelitian .....	49
B.	Populasi dan Sampel.....	49
a.	Populasi.....	49
b.	Sampel .....	50
C.	Variabel dan Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	52
D.	Teknik pengumpulan data .....	54
E.	Teknik Analisi Data.....	55
<b>BAB VI</b>		<b>60</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN</b>		<b>60</b>
A.	Gambaran Umum Objek Penelitian/Sampel .....	60
B.	Analisis deskriptif .....	62
C.	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	68
D.	Uji Asumsi Klasik .....	74
E.	Uji Regresi Linier Berganda.....	77
F.	Uji Hipotesis .....	79
G.	Pembahasan .....	82
<b>BAB V</b>		<b>97</b>
A.	Kesimpulan.....	97
B.	Keterbaratasan dan saran .....	99
<b>Daftar Pustaka</b>		<b>101</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>		<b>110</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel .....	52
Tabel 4.1 Karakter Responden Berdasarkan Lokasi Usaha.....	63
Tabel 4.2 karakter responden berdasarkan lama usaha.....	64
Tabel 4.3 Karakter Responden Berdasarkan Memiliki Sertifikat Halal .....	65
Tabel 4.4 statistik deskriptif.....	66
Tabel 4.5 Uji Validitas Variable sertifikat halal (x1).....	68
Tabel 4.6 Uji Validitas Variabel (x2) .....	69
Tabel 4.7 Uji Validitas Variabel (x3) .....	70
Tabel 4.8 Uji Validitas Variabel (x4) .....	70
Tabel 4.9 Uji Validitas Variabel (X5) .....	71
Tabel 4.10 Uji Validitas Variabel (X6) .....	72
Tabel 4.11 Uji Validitas Variabel (Y) .....	73
Table 4.12 Uji Reliabilitas.....	74
Table 4.13 Uji Normalitas .....	75
Table 4.14 Uji Multikolinearitas .....	76
Table 4.15 Uji Autokorelasi .....	76
Table 4.16 Uji Heterokedastisitas.....	77
Table 4.17 Uji Regresi Linier Berganda.....	78
Table 4.18 Uji t .....	80
Table 4.19 Uji F.....	81
Table 4.20 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	82



## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1.1 Penerbitan Sertifikat Halal Menurut Skala Usaha.....	2
Gambar 2.1 Kerangka Teoritis .....	48



## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis determinan pendapatan pelaku usaha makanan halal di wilayah dengan mayoritas non-Muslim, dengan studi kasus di Provinsi Bali. Model penelitian mencakup enam variabel utama, yaitu sertifikasi halal, tingkat kesadaran konsumen terhadap produk halal, tingkat persaingan pasar, kualitas produk, harga, dan strategi promosi. Pemahaman terhadap faktor-faktor ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai kontribusi sektor makanan halal dalam meningkatkan pendapatan pelaku usaha di wilayah dengan karakteristik pasar dan konsumen yang berbeda.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Metode ini dipilih untuk memungkinkan analisis statistik terhadap hubungan antara variabel-variabel yang memengaruhi pendapatan pelaku usaha makanan halal di Bali. Data dikumpulkan melalui kuesioner terstruktur yang disebarluaskan kepada responden, kemudian dianalisis secara statistik untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan secara objektif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh indikator yang digunakan untuk mengukur variabel memiliki hubungan yang signifikan pada tingkat signifikansi 5% ( $\alpha = 0,05$ ). Sertifikasi halal, kualitas produk, harga, dan strategi promosi terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pelaku usaha. Sebaliknya, kesadaran konsumen terhadap produk halal serta tingkat persaingan pasar tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan pelaku usaha makanan halal di wilayah minoritas Muslim.

**Kata kunci:** pendapatan, makanan halal, minoritas Muslim, Bali

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
YOGYAKARTA

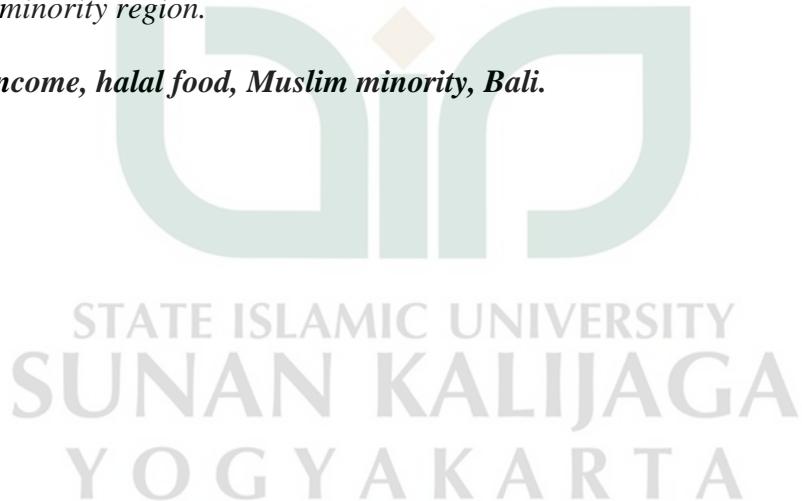
## **ABSTRACT**

*This study aims to analyze the determinants of income among halal food business actors in a Muslim-minority region, using Bali Province as a case study. The research model includes six key variables: halal certification, consumer awareness of halal products, market competition, product quality, pricing, and promotional strategies. Understanding these factors is expected to provide deeper insight into the role of halal food in enhancing business income in areas with diverse consumer dynamics and market characteristics.*

*A quantitative approach was employed, using a survey method to collect data. This method was chosen to facilitate statistical analysis of the variables influencing the income of halal food entrepreneurs in Bali. Data were gathered through structured questionnaires distributed to respondents, and subsequently analyzed using statistical methods to objectively test the proposed hypotheses and identify relationships between the studied variables.*

*The findings reveal that all indicators used to measure the variables show significant relationships at the 5% significance level ( $\alpha = 0.05$ ). Halal certification, product quality, pricing, and promotional strategies have a positive and significant impact on business income. In contrast, consumer awareness of halal products and market competition do not significantly affect the income of halal food entrepreneurs in this Muslim-minority region.*

**Keywords:** *income, halal food, Muslim minority, Bali.*



## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar belakang**

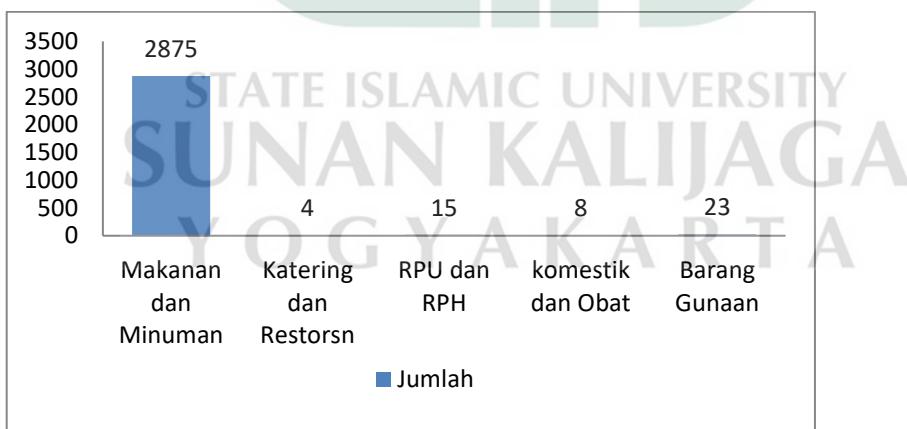
Makanan halal memiliki makna yang sangat penting dalam konteks kehidupan masyarakat Muslim. Halal bukan hanya sekadar label, tetapi mencerminkan prinsip-prinsip etika dan spiritual yang mendasari pola konsumsi (Lubis, 2022). Dalam konteks global, industri makanan halal telah berkembang pesat, Statistik menunjukkan perkiraan pendapatan pasar makanan halal di seluruh dunia dari tahun 2018 hingga 2027. Pada tahun 2018, pendapatan pasar makanan halal global berjumlah sekitar 715 miliar dolar AS dan diperkirakan akan meningkat menjadi 2,04 triliun dolar pada tahun 2027 (Statista, 2024). Makanan halal bukan hanya memenuhi kebutuhan spiritual umat Islam, tetapi juga memberikan kontribusi signifikan terhadap perekonomian, terutama di daerah-daerah dengan populasi Muslim yang signifikan (Adamsah & Subakti, 2022).

Proyeksi pertumbuhan konsumsi produk halal di Indonesia hingga tahun 2025 menunjukkan peningkatan yang signifikan, dengan nilai yang diperkirakan mencapai US\$282 miliar. Angka ini mencerminkan kenaikan sebesar 53% dibandingkan nilai konsumsi pada tahun 2020 yang mencapai US\$184 miliar. Dari berbagai sektor dalam industri halal, Sektor makanan dan minuman menjadi kontributor terbesar dalam pasar ini, dengan nilai konsumsi mencapai US\$135 miliar pada tahun 2020 dan diproyeksikan meningkat menjadi US\$204 miliar pada tahun 2025. Peningkatan ini menggarisbawahi pentingnya sektor makanan dan minuman dalam industri halal di Indonesia dan peranannya dalam mendorong pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan (Utami et al., 2024).

Bali sebagai salah satu provinsi di Indonesia, dikenal luas karena keberagaman budayanya, keindahan alamnya, dan kekayaan pariwisatanya. Keberagaman penduduk di Bali mencakup berbagai agama, di mana mayoritas beragama Hindu dengan persentase sekitar 87,3% berdasarkan data sensus 2020.

Sementara itu, penduduk beragama Islam di Bali berjumlah sekitar 421.570, yang setara dengan 9,7% dari total populasi. Meskipun persentase penduduk Muslim tidak mencapai 10%, keberadaan komunitas Muslim ini cukup signifikan, terutama di daerah perkotaan seperti Denpasar dan sekitarnya.(Kementerian Agama Provinsi Bali, 2023) Komunitas Muslim, meskipun merupakan minoritas, memainkan peran penting dalam dinamika sosial dan ekonomi pulau ini. pergumulan aspek budaya sosial, dan agama disertai perkembangan sains dan teknologi telah merubah perilaku manusia untuk menjadi wirausaha baru bidang kuliner halal dan memunculkan budaya konsumtif di masyarakat (Takhim & Sari, 2022).

Bali sebagai salah satu destinasi wisata terbesar di Indonesia, terus memperkuat posisinya sebagai penyumbang wisatawan terbanyak di Tanah Air. Pada periode Januari hingga Agustus 2024, jumlah kunjungan wisatawan melalui Bandara Internasional I Gusti Ngurah Rai telah melampaui 15 juta, mencerminkan antusiasme tinggi dari wisatawan domestik dan internasional (Aryanta, 2024). Pada Agustus 2024 saja, kunjungan wisatawan mancanegara (wisman) mencapai 616.641, mencakup sekitar 40% dari total 1,34 juta wisman yang datang ke Indonesia. Bali, dengan keindahan alam, kekayaan budaya, dan beragam fasilitas pariwisata, terus menjadi magnet bagi wisatawan global (BPS, 2024).



**Gambar 1.1 Penerbitan Sertifikat Halal Menurut Skala Usaha di Bali 2023**

Sumber: Data Statistik 2023 Publish Web. kemenag bali.

Tabel diatas menunjukkan bahwa penerbitan sertifikat halal di Bali menurut jenis produk mencapai 2.925, di mana mayoritasnya, yaitu 2.875 (98%) sertifikat diberikan kepada produk makanan dan minuman (Bali, 2023). Angka ini mencerminkan adanya permintaan yang tinggi terhadap makanan halal di kalangan wisatawan Muslim. Dengan demikian, pengembangan sektor makanan halal di Bali tidak hanya akan memenuhi kebutuhan masyarakat lokal, tetapi juga berpotensi menarik lebih banyak wisatawan Muslim. Hal ini tentunya akan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi daerah dan pariwisata, menjadikan Bali sebagai salah satu tujuan ramah Muslim yang semakin diminati (Perguna et al., 2021b).

Di sisi lain, daerah minoritas Muslim sering kali menghadapi tantangan dalam memenuhi kebutuhan makanan halal. Ketika berada di lingkungan yang mayoritas non-Muslim, akses terhadap produk makanan halal menjadi terbatas. Salah satunya tantangan yaitu penolakan terhadap pariwisata halal di Bali, yang merupakan salah satu destinasi pariwisata terkemuka di Indonesia. penolakan terhadap pengembangan pariwisata halal di wilayah-wilayah tersebut disebabkan oleh beberapa faktor. Pertama, faktor politik identitas, ancaman islamisasi, penggerusan budaya lokal, dan hegemoni agama. Alasan kedua adalah karena tiga faktor, yaitu eksklusivitas halal, kurangnya konsistensi pemahaman, dan rendahnya sosialisasi oleh pemerintah (Arisy Abror dzukroni, 2023). Ini sangat berpengaruh terhadapa perkembangan makanan halal di bali yang merupakan salah satu kriteria dari pariwisata halal (Chookaew, 2015). sehingga penting untuk memahami bagaimana makanan halal dapat berperan dalam meningkatkan perekonomian mereka.

Meskipun penolakan sangat disuarakan oleh pemerintah provinsi Bali dan masyarakat sipil tentang wisata halal, makan halal mudah ditemukan terutama di Bali yang mayoritas beragama hindu. Hal ini menunjukkan adanya permintaan yang signifikan terhadap makanan halal di kalangan wisatawan Muslim dan

masyarakat bali. Dengan demikian, pengembangan sektor makanan halal di Bali bukan hanya akan memenuhi kebutuhan lokal, tetapi juga dapat menarik lebih banyak wisatawan Muslim, yang berkontribusi pada pertumbuhan pendapatan pelaku usaha makanan halal (Perguna et al., 2021a).

Penelitian yang relevan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan pelaku usaha makanan halal dilakukan oleh Amani & Azizah, (2024), Hasil penelitian menunjukkan bahwa sertifikasi halal dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sementara kualitas produk tidak berpengaruh. Hal ini menekankan pentingnya sertifikasi halal dan penetapan harga yang kompetitif dalam meningkatkan daya tarik konsumen, khususnya di sektor UMKM yang sedang berkembang. Sebaliknya, penelitian Penelitian Muhammad Rezi, (2023), yang menunjukkan bahwa labelisasi halal tidak berpengaruh terhadap penjualan. Hasil penelitian tersebut mengungkapkan bahwa kesadaran konsumen terhadap label halal masih rendah. Konsumen cenderung lebih mempertimbangkan faktor seperti rasa yang enak, ukuran produk yang besar, harga yang terjangkau, serta ketersediaan produk yang bersaing di pasar.

Penelitian yang dilakukan oleh Damayanti (2022), Penelitian ini menunjukkan bahwa sertifikasi halal tidak hanya berfungsi sebagai bentuk kepatuhan terhadap syariat Islam, tetapi juga dapat dijadikan sebagai strategi bisnis yang efektif. Sertifikasi halal terbukti mampu meningkatkan pendapatan, membangun kepercayaan konsumen, dan mempertahankan eksistensi usaha di tengah persaingan pasar. Sertifikasi halal, jika dikombinasikan dengan strategi seperti peningkatan kualitas makanan, pelayanan yang baik, promosi yang tepat, dan inovasi manajerial, dapat menjadi pilar penting dalam keberlanjutan bisnis. Sementara itu, penelitian oleh Yuliani & Lahaya (2022) menunjukkan bahwa persaingan pasar tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap pendapatan. Temuan ini memperkuat pandangan bahwa intensitas persaingan pasar tidak secara langsung menentukan pendapatan usaha, melainkan pendapatan lebih ditentukan oleh faktor

internal seperti strategi diferensiasi, kualitas produk, efisiensi biaya, dan kemampuan inovasi.

Penelitian-penelitian sebelumnya telah mengkaji berbagai faktor yang memengaruhi pendapatan pelaku usaha makanan halal dan menghasilkan temuan yang bervariasi, tergantung pada lokasi dan kondisi masing-masing pelaku usaha. Namun, sebagian besar penelitian tersebut cenderung berfokus pada wilayah dengan mayoritas penduduk Muslim. Penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan mengeksplorasi secara lebih mendalam faktor-faktor yang memengaruhi pendapatan pelaku usaha makanan halal di wilayah minoritas Muslim, yakni Bali. Bali merupakan destinasi wisata internasional dengan mayoritas penduduk non-Muslim, yang memiliki karakteristik pasar dan perilaku konsumen yang berbeda. Pemahaman yang diperoleh dari konteks ini diharapkan dapat memperkaya wawasan mengenai peran makanan halal dalam meningkatkan pendapatan pelaku usaha, khususnya di wilayah dengan dinamika sosial dan budaya yang lebih kompleks.

Dengan latar belakang tersebut, penelitian ini akan mengkaji **Determinan Pendapatan Pelaku Usaha Makanan Halal di Wilayah Minoritas Muslim: Studi Kasus Bali (Studi Kasus provinsi bali)**.

## B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah yang peneliti angkat sebagai berikut:

1. Apakah sertifikat halal mempengaruhi pendapatan pelaku usaha makanan halal di Bali?
2. Apakah tingkat kesadaran konsumen terhadap halal mempengaruhi pendapatan pelaku usaha makanan halal di Bali?
3. Apakah persaingan pasar mempengaruhi pendapatan pelaku usaha makanan halal di Bali?

4. Apakah kualitas produk mempengaruhi pendapatan pelaku usaha makanan halal di Bali?
5. Apakah harga mempengaruhi pendapatan pelaku usaha makanan halal di Bali?
6. Apakah strategi promosi mempengaruhi pendapatan pelaku usaha makanan halal di Bali?

### C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis pengaruh sertifikat halal terhadap pendapatan pelaku usaha makanan halal di Bali.
2. Untuk menganalisis pengaruh kesadaran konsumen terhadap halal terhadap pendapatan pelaku usaha makanan halal di Bali.
3. Untuk menganalisis pengaruh persaingan pasar terhadap pendapatan pelaku usaha makanan halal di Bali.
4. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap pendapatan pelaku usaha makanan halal di Bali.
5. Untuk menganalisis pengaruh harga konsumen terhadap pendapatan pelaku usaha makanan halal di Bali.
6. Untuk menganalisis pengaruh strategi promosi terhadap pendapatan pelaku usaha makanan halal di Bali.

### D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis. Manfaat tersebut dijelaskan sebagai berikut:

#### 1. Bidang Keilmuan

Penelitian ini bermanfaat bagi pengembangan teori ekonomi dan bisnis, khususnya terkait adaptasi bisnis makanan halal di wilayah minoritas Muslim. Selain menjadi referensi akademik bagi peneliti dan mahasiswa, hasilnya juga

memperkaya pemahaman tentang pasar halal dan mendukung studi multidisiplin yang menggabungkan aspek ekonomi, budaya, dan sosiologi.

## 2. Bidang Praktisi

Penelitian ini akan memberikan wawasan yang mendalam mengenai potensi pasar makanan halal di wilayah minoritas Muslim, khususnya di Bali. Informasi ini dapat digunakan untuk mengembangkan strategi bisnis yang lebih efektif dan berkelanjutan, serta meningkatkan daya saing di pasar lokal maupun global.

## 3. Pemerintah

Penelitian ini dapat berfungsi sebagai sumber informasi yang berguna dalam perumusan kebijakan yang mendukung pengembangan industri makanan halal. Dengan data dan wawasan yang dihasilkan, pemerintah dapat merancang kebijakan yang lebih tepat guna dalam mendukung industri ini, baik dalam hal regulasi, insentif, maupun penyediaan infrastruktur pendukung.

## E. Sistematis Pembahasan

Dalam merinci uraian penelitian, penulis merancang sistematika penulisan yang terdiri dari beberapa bab. Bab pertama membahas pendahuluan, yang mencakup latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan metode penyajian. Bagian ini juga menguraikan konteks penelitian terkait makanan halal dan pengaruhnya terhadap pendapatan pelaku usaha di wilayah minoritas Muslim, serta menjelaskan masalah, tujuan, dan manfaat penelitian.

Bab kedua membahas telaah pustaka, eksposisi kerangka teoretis, dan pembentukan hipotesis. Bab ini mengeksplorasi teori yang mendasari hubungan antar variabel, menghubungkannya dengan penelitian terdahulu yang relevan, serta membentuk hipotesis dan kerangka pemikiran yang menjadi dasar penelitian.

Bab ketiga menjelaskan pendekatan penelitian, jenis penelitian, populasi yang diteliti, teknik pemilihan sampel, dan metode analisis data. Pemilihan teknik sampel bertujuan meminimalkan bias dan memastikan representativitas sampel terhadap populasi. Alat analisis yang digunakan juga dijelaskan untuk menilai sejauh mana model mencerminkan data yang dikumpulkan.

Bab keempat memaparkan hasil penelitian dan analisisnya. Bab ini melibatkan presentasi data, penafsiran hasil, dan kaitannya dengan teori yang digunakan, sambil menjelaskan implikasi praktis dalam konteks pengungkapan risiko.

Bab kelima adalah penutup yang mencakup kesimpulan, implikasi, evaluasi keterbatasan studi, dan rekomendasi untuk penelitian berikutnya.



## BAB V

### A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Determinan pendapatan pelaku usaha makanan halal di wilayah minoritas Muslim, dengan studi kasus di Provinsi Bali. Berdasarkan hasil pengujian terhadap enam hipotesis yang diajukan, diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Sertifikat halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pelaku usaha makanan halal di Provinsi Bali. Hal ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan pada kepemilikan sertifikat halal diikuti oleh peningkatan pendapatan pelaku usaha. Penelitian ini menegaskan bahwa sertifikat halal bukan hanya berfungsi sebagai instrumen keagamaan, tetapi juga sebagai strategi bisnis yang efektif untuk meningkatkan daya saing dan pendapatan usaha di Bali..
2. Kesadaran konsumen terhadap halal tidak berpengaruh terhadap pendapatan pelaku usaha makanan halal di Bali. Hal ini mengindikasikan bahwa kesadaran konsumen terhadap kehalalan produk belum cukup signifikan untuk menjadi faktor penentu dalam peningkatan pendapatan pelaku usaha makanan halal di Bali. Temuan ini menyoroti bahwa pemahaman konsumen terhadap nilai-nilai kehalalan masih belum tertanam dengan kuat dalam perilaku konsumsi di Bali.
3. Persaingan pasar tidak berpengaruh terhadap pendapatan pelaku usaha makanan halal di wilayah minoritas Muslim. Hal ini disebabkan oleh unggulan kompetitif yang berbasis sumber daya, serta penerapan strategi diferensiasi, yang menjadi aspek penting dalam menjaga keberlanjutan pendapatan di tengah intensitas persaingan yang relatif terkendali. Temuan ini menunjukkan bahwa pelaku usaha memiliki kemampuan untuk mempertahankan kestabilan pendapatan mereka melalui penerapan strategi

internal yang lebih adaptif, termasuk pengelolaan kualitas produk dan efisiensi biaya.

4. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pelaku usaha makanan halal di wilayah minoritas Muslim. Penelitian ini menemukan bahwa semakin tinggi kualitas produk yang ditawarkan, semakin besar pula potensi peningkatan pendapatan pelaku usaha. Temuan ini menegaskan pentingnya investasi dalam peningkatan kualitas produk, baik dari perspektif bahan baku, proses produksi, penyajian, maupun layanan, sebagai strategi jangka panjang untuk meningkatkan pendapatan pelaku usaha makanan halal, khususnya di wilayah minoritas Muslim seperti Provinsi Bali.
5. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pelaku usaha makanan halal di Balis. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi harga yang ditawarkan, semakin besar potensi peningkatan pendapatan pelaku usaha. Harga yang ditetapkan secara optimal memberikan kontribusi positif terhadap peningkatan pendapatan. Hal ini menunjukkan bahwa dalam pasar yang memiliki segmentasi khusus seperti makanan halal, persepsi konsumen terhadap harga tidak hanya dilihat dari aspek nominal, tetapi juga dikaitkan dengan nilai kehalalan, kualitas, dan kepercayaan terhadap produk.
6. Strategi promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan pelaku usaha makanan halal di wilayah minoritas Muslim. Hal ini menunjukkan bahwa semakin efektif dan tepat strategi promosi yang diterapkan, semakin besar potensi peningkatan pendapatan pelaku usaha. Oleh karena itu, pengembangan strategi promosi yang inovatif dan responsif terhadap kebutuhan serta harapan konsumen menjadi penting dalam menghadapi pasar yang kompetitif. Penerapan strategi promosi yang berbasis pada nilai-nilai syariat Islam dan disertai dengan pemanfaatan teknologi digital akan menjadi kunci untuk membangun hubungan yang lebih kuat dengan konsumen, meningkatkan kesadaran merek, dan pada akhirnya mendorong peningkatan pendapatan secara berkelanjutan.

## B. Keterbatasan dan saran

### 1. keterbatasan

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan. Pertama, ruang lingkup penelitian hanya terbatas pada pelaku usaha makanan halal di Provinsi Bali sebagai wilayah minoritas Muslim, sehingga hasilnya belum tentu dapat digeneralisasi ke wilayah lain dengan kondisi demografis yang berbeda. Kedua, data yang digunakan dalam penelitian ini bersifat *cross-sectional* (satu waktu), sehingga tidak mampu menangkap perubahan atau dinamika jangka panjang dari variabel-variabel yang diteliti. Ketiga, pendekatan kuantitatif yang digunakan cenderung membatasi pemahaman yang lebih mendalam terhadap faktor-faktor sosial dan kultural yang memengaruhi pendapatan pelaku usaha makanan halal. Keempat, beberapa variabel dalam penelitian ini seperti kesadaran konsumen dan persaingan pasar menunjukkan hasil yang tidak signifikan, yang mungkin disebabkan oleh keterbatasan instrumen pengukuran atau persepsi responden yang beragam.

### 2. Saran

Berdasarkan keterbatasan yang ada dalam penelitian ini, terdapat beberapa saran yang dapat dijadikan acuan untuk penelitian selanjutnya :

- a. Penelitian berikutnya mencakup wilayah lain, baik yang mayoritas maupun minoritas Muslim, guna membandingkan pengaruh variabel-variabel yang sama dalam konteks sosial dan budaya yang berbeda. Hal ini penting untuk melihat sejauh mana hasil penelitian ini dapat digeneralisasi.
- b. penggunaan pendekatan longitudinal perlu dipertimbangkan agar dapat menangkap dinamika pendapatan dan strategi usaha secara lebih komprehensif dari waktu ke waktu. Dengan demikian, perubahan-

perubahan yang terjadi dalam jangka panjang dapat teridentifikasi dan dianalisis secara lebih mendalam.

- c. Penelitian selanjutnya mempertimbangkan Pendekatan campuran (*mixed methods*). Pendekatan ini dapat memberikan pemahaman yang lebih utuh terhadap faktor-faktor yang memengaruhi pendapatan, misalnya melalui wawancara mendalam atau observasi langsung terhadap pelaku usaha makanan halal.
- d. Instrumen pengukuran perlu dikembangkan agar lebih tajam dan sesuai dengan konteks lokal, khususnya untuk variabel-variabel yang hasilnya tidak signifikan dalam penelitian ini, seperti kesadaran konsumen dan persaingan pasar. Penambahan variabel baru seperti loyalitas pelanggan, strategi digital, atau nilai-nilai budaya lokal juga dapat memberikan wawasan baru yang lebih relevan dengan perkembangan usaha makanan halal.
- e. Terakhir, penelitian di masa mendatang juga dapat menguji pengaruh tidak langsung antara variabel-variabel tertentu, misalnya pengaruh sertifikat halal terhadap pendapatan melalui kualitas produk atau strategi promosi. Analisis semacam ini dapat mengungkap jalur pengaruh yang lebih kompleks dan memberikan gambaran yang lebih holistik dalam memahami faktor-faktor penentu keberhasilan usaha makanan halal.

SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## Daftar Pustaka

- Adamsah, B., & Subakti, E. (2022). Development of the Halal Industry on Indonesian Economic Growth. *Indonesia Journal of Halal*, 5(1), 71–75.
- Agoes, S., & Ardana, I. C. (2009). *Etika bisnis dan profesi: tantangan membangun manusia seutuhnya*. Penerbit Salemba.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Amani, I., & Azizah, S. N. (2024). Pengaruh Sertifikasi Halal, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Dan Minuman Di Rocket Chicken Cabang Yogyakarta. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(2), 1807–1813.
- Amarul, A., Sukrino, S., & Kurnia, D. (2019). Understanding the Awareness of the Importances of Halal Labels to Business Actors Based on Range of Long Business Variations. *Business and Management Research*, 8(1), 17–21.
- Ambali, A. R., & Bakar, A. N. (2014). People's awareness on halal foods and products: potential issues for policy-makers. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 121, 3–25.
- Amir Taufiq, M. (2012). *Manajemen Strategik*. Jakarta: Penerbit PT Raja Grafindo Persada.
- Arisy Abror dzukroni. (2023). *Diskursus Halal Dan Dilema Public, Wacana Pariwisata Halal Pada Daerah Minoritas Muslim Di Indonesia*. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.
- Armstrong, G., Adam, S., Denize, S., & Kotler, P. (2018). *Principles of marketing Edition*. Pearson Education Limited.
- Arsyad, S. R., & Azhar, J. A. (2025). Pengaruh Sertifikat Halal Terhadap Pendapatan UMKM Produk Kuliner di Musi Rawas Utara. *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, 4(2), 3213–3221.
- Aryanta, I. K. A. (2024). *Dominasi Mancanegara, Sampai Agustus 2024 Jumlah*

- Wisatawan ke Bali Capai 15 Juta Lebih.* Bali.Tribunnews.Com.
- Bakhri, S. (2020). Analisis Kepemilikan Sertifikat Halal Terhadap Tingkat Pendapatan Usaha Pelaku Industri Kecil Dan Menengah. *Al-Mustashfa: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah*, 5(1), 54. <https://doi.org/10.24235/jm.v5i1.6789>
- Bali, kemenag provinsi. (2023). *Data Statistik 2023 Publish Web*. kemenag bali.
- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99–120.
- Barney, J. B., & Clark, D. N. (2007). *Resource-based theory: Creating and sustaining competitive advantage*. Oup Oxford.
- Boone, L. E., & Kurtz, D. L. (2002). Pengantar Bisnis, Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Bougie, R., & Sekaran, U. (2017). *Metode Penelitian Untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian Edisi 6 Buku 1*.
- BPS. (2024). *Perkembangan Pariwisata Provinsi Bali Agustus 2024*. Bps Prov. Bali.
- Chookaew, S. (2015). Oraphan chanin, Jirapa Charatarawat, Pingpis Sriprasert, and Sudarat Nimpaya. 2015.“Increasing Halal Tourism Potential at Andaman Gulf in Thailand for Muslim Country.” *Journal of Economics, Business and Management*, 3(7), 739–741.
- Damayanti, A. (2022). *DAMPAK SERTIFIKASI HALAL TERHADAP EKSISTENSI BISNIS KULINER DI RESTORAN NASI UDUK MR ACHIANG KOTA PONTIANAK*.
- Dickson. (2024). *Daftar Kabupaten dan Kota di Provinsi Bali*. Ilmupengetahuanumum.
- Doloksaribu, S., & Wibowo, E. A. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Tingkat Penjualan Jig Di Pt. Mitra Global Bersama. *BENING*, 4(1).
- Fadilla, A. R., & Wulandar, P. A. (2023). Literature Review Analisis Data Kualitatif: Tahap Pengumpulan Data. *Mitita Jurnal Penelitian*, 1(No 3), 34–46.
- Febriani, V. (2019). *Problematika Pendaftaran Sertifikasi Halal Bagi Umkm.(Studi*

- pada Usaha Mikro di sekitar Ciputat).*
- Firdausy, C. M. (2021). *Memajukan industri keuangan syariah berdaya saing*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Gerungan, K., & Karina, P. (2020). Pengaruh Kesadaran Halal Terhadap Minat Beli Pelanggan. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 1(1), 171–182.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariete dengan program IBM SPSS 23*.
- Griffin, R. W., & Ebert, R. J. (2007). Bisnis edisi kedelapan. *Jakarta: Erlangga*.
- Hasan, A. (2009). *Manajemen Bisnis Syariah*. Pustaka Pelajar.
- Hidayat, A. S., & Siradj, M. (2015). Sertifikasi halal dan sertifikasi non halal pada produk pangan industri. *AHKAM: Jurnal Ilmu Syariah*, 15(2).
- Hornsby, J., Peña-Legazkue, I., & Guerrero, M. (2013). Guest editorial: The role of corporate entrepreneurship in the current organizational and economic landscape. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 9, 295–305.
- Husnah, F. F. W. (2024). *Peran Sertifikasi Halal Produk Dalam Meningkatkan Penjualan UMKM Di Dusun 2 Tulung Balak Kecamatan Batanghari Nuban Kabupaten Lampung Timur*. IAIN Metro.
- INDONESIA, M. U. (2008). Panduan Umum Sistem Jaminan Halal LPPOM–MUI. *Jakarta: Lppom-Mui*.
- Indonesia, P. R. (2014). Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. *Jakarta: Republik Indonesia*.
- Jahari, T. (2003). Jurus Fatigon Memperlebar Pasar. *Marketing*.
- Jannah, S. M., & Al-Banna, H. (2021). HALAL AWARENESS AND HALAL TRACEABILITY: MUSLIM CONSUMERS' AND ENTREPRENEURS' PERSPECTIVES. *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance*, 7(2), 285–316.
- Jhingan, M. L. (2011). *The economics of development and planning*. Vrinda

Publications Delhi.

- Kementerian Agama Provinsi Bali. (2023). *Data Statistik Kementerian Agama Provinsi Bali Tahun 2022*.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2010). Pemasaran. *Jakarta: Erlangga*.
- Kotler, P., Hessekiel, D., & Lee, N. R. (2012). *Good works!: Marketing and corporate initiatives that build a better world... and the bottom Line*. John Wiley & Sons.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen pemasaran*. edisi.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management Edition Global*. Pearson Education Asia.
- Kumbara, V. B. (2021). Determinasi nilai pelanggan dan keputusan pembelian: Analisis kualitas produk, desain produk dan endorse. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(5), 604–630.
- Kuncoro, M., & Wisnu Chandra Kristiaji, S. E. (2006). *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif?*
- Lee, M., & Johnson, C. (2011). Prinsip-prinsip Pokok Periklanan Dalam Perspektif Global Cetakan ke-3. *Penerjemah: Haris Munandar, Dudi Priatna*.
- Lubis, A. (2022). *Faktor penentu keputusan pembelian makanan halal di Desa Tambangan Tonga*. IAIN Padangsidimpuan.
- Mahoney, J. T., & Pandian, J. R. (1992). The resource-based view within the conversation of strategic management. *Strategic Management Journal*, 13(5), 363–380.
- Mankiw, N. G. (2003). Teori makro ekonomi terjemahan. *Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama*.
- Mankiw, N. G., & Taylor, M. P. (2020). *Economics*. Cengage Learning EMEA.
- Marbun, B. N. (2003). *Kamus Manajemen*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan. Media.
- Marmaya, N. H., Zakaria, Z., & Mohd Desa, M. N. (2019). Gen Y consumers' intention

- to purchase halal food in Malaysia: a PLS-SEM approach. *Journal of Islamic Marketing*, 10(3), 1003–1014.
- Mudrajad, K. (2005). Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif. *Erlangga*. Jakarta.
- Muhammad Rezi, E. a. (2023). Dampak Labelisasi Halal Pada Pendapatan Usaha Barokah Bakery Kota Jambi. *Journal of Student Research*, 1(5), 34–52.
- Muhammad, S. A., & Saad, R. A. (2016). Impact of attitude toward zakat evasion and moral reasoning on intention to pay zakat: A pilot study. *International Journal of Research in Business Management*, 4(2), 59–64.
- MUI. (2019). *Kriteria Produk Bersertifikat Halal*. Lppom Mui.
- Muiz, A. N., Damayanti, A., Indra, R., & Marlina, L. (2023). Pengaruh Sertifikat Halal Terhadap Pendapatan Usaha dan Halal Awareness UMKM di Sektor Halal Food (Studi Pada Pelaku Usaha UMKM Kecamatan Cihideung Kota Tasikmalaya). *J-Alif: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah Dan Budaya Islam*, 8(2), 156–170.
- Nainggolan, B., & Sinaga, E. M. (2022). *Kepercayaan Nasabah PT Asuransi Allianz Life Indonesia di Kota Tebing Tinggi Berbasis Kepuasan Nasabah*. PT Inovasi Pratama Internasional.
- Negara, D. J., & Kristinae, V. (2019). Pengaruh Teknologi dan Inovasi dalam Persaingan Traditional Food di Kalimantan Tengah. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 2(1), 45–52.
- Nuryadi, N., Astuti, D., Utami, S., & M Budiantara, M. B. (2017). *Dasar-dasar statistik penelitian*. Gramasurya.
- Osman, L. H., & Aziz, R. S. (2018). Millennial generations' awareness of halal supply chain and related food product in Malaysia. *International Journal of Accounting, Finance and Business*, 3(12), 12–24.
- Penrose, E. T. (2009). *The Theory of the Growth of the Firm*. Oxford university press.

- Perdana, E. (2016). Olah data skripsi dengan SPSS 22. *Lab Kom Manajemen Fe Ubb.*
- Perguna, L. A., Irawan, L. Y., Kurniawati, E., Triharini, S., Pahlevi, D. S., & Febrianto, A. D. (2021a). Halal for all: Geo spatial tourism of halal food stalls in Muslim minority tourist destinations. *Geojournal of Tourism and Geosites*, 36(2 spl), 715–720. <https://doi.org/10.30892/GTG.362SPL20-702>
- Perguna, L. A., Irawan, L. Y., Kurniawati, E., Triharini, S., Pahlevi, D. S., & Febrianto, A. D. W. I. (2021b). Halal for all: Geo spatial tourism of halal food stalls in Muslim minority tourist destinations. *Geo Journal of Tourism and Geosites*, 36, 715–720.
- Purwanti, E. (2013). Pengaruh karakteristik wirausaha, modal usaha, strategi pemasaran terhadap perkembangan UMKM di Desa Dayaan dan Kalilondo Salatiga. *Among Makarti*, 5(1).
- Puspitaningtyas, Z., & Kurniawan, A. W. (2016). Metode penelitian kuantitatif. *Yogyakarta: Pandiva Buku.*
- Putra, I. A., & Ambariyanto, A. (2024). Analisis Dampak Sertifikasi Produk Halal Terhadap Kegiatan Ekonomi dan Sosial. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(7), 3408–3427.
- Putri M, A. U. (2023). *Analisis Pengaruh Labelisasi, Legalisasi, Sertifikasi Halal, Pendapatan Konsumen dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim di Rante Pao Toraja Utara Sulawesi Selatan*. Universitas Islam Indonesia.
- Rahim, S., Sari, T. H. P., & Wahyuni, N. (2023). Pengaruh Sertifikat Halal Terhadap Peningkatan Pendapatan Penjualan Usaha di Sektor Food And Beverage Kota Makassar. *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, 12(1), 69–78.
- Ratna Wijayanti Dania Paramita, D. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif: Buku Ajar Perkuliahian Metodologi Penelitian Bagi Mahasiswa Akuntansi & Manajemen*. Widya Gama Press.

- Rofiuddin, M. (2023). Analisis Sertifikasi Halal dalam Meningkatkan Penjualan pada Usaha Haysanadi Catering Service. *DIES: Journal Of Dalwa Islamic Economic Studies*, 2(2), 108–118. <https://doi.org/10.38073/dies.v2i2.1382>
- Salam, I. I. A. (2011). Kaidah-Kaidah Hukum Islam. Bandung: Nusa Media.
- Salehudin, I., & Mukhlis, B. M. (2012). Pemasaran Halal: Konsep, Implikasi dan Temuan di Lapangan. *SSRN Electronic Journal*, December 2012. <https://doi.org/10.2139/ssrn.1752567>
- Shaari, J. A. N., & Mohd Arifin, N. S. (2009). *Dimension of halal purchase intention: A preliminary study*.
- Soekartawi, D., John, L., & Hardaker, J. B. (1986). Ilmu usahatani dan penelitian untuk pengembangan petani kecil. (*No Title*).
- Statista. (2024). *Halal Food Market Revenue Worldwide 2018-2027*. Shahbandeh, M.
- Sugiono, S., Noerdjanah, N., & Wahyu, A. (2020). Uji validitas dan reliabilitas alat ukur SG posture evaluation. *Jurnal Keterapian Fisik*, 5(1), 55–61.
- Sugiyono, D. (2017). *Metode penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Penerbit ALFABETA. Bandung.
- Sule, E. T., & Saeful, K. (2019). *Pengantar manajemen*. Prenada Media.
- Suryani, T. (2013). *Perilaku konsumen di era internet: Implikasinya pada strategi pemasaran*. Graha Ilmu.
- Swasta, B. (n.d.). Ibnu Sujojto W. 2000. *Pengantar Bisnis Modern Pengantar Perusahaan Modern*.
- Swasta, B., & Handoko, H. (2010). Manajemen Pemasaran: analisa dan perilaku konsumen. *BPFE*. Yogyakarta.
- Swasta, B., & Sujojto, I. (2000). Pengantar bisnis modern pengantar perusahaan modern. *Yogyakarta: Liberty Offset Yogyakarta*.
- Syahputra, A., Ervina, E., & Melisa, M. (2022). Pengaruh Modal Usaha, Lokasi Usaha,

- Lokasi Pemasaran dan Kualitas Produk terhadap Pendapatan UMKM. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 4(1), 183–198.
- Syaifudin, M. R., & Fahma, F. (2022). Analisis Kepemilikan Sertifikat Halal Terhadap Pendapatan Usaha UMKM Mendoan Ngapak. *Performa: Media Ilmiah Teknik Industri*, 21(1), 40. <https://doi.org/10.20961/performa.21.1.52537>
- Takhim, T. M., & Sari, R. L. (2022). Konsumsi Makanan Halal Perspektif Antropologi. *Al Iqtishod: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Ekonomi Islam*, 10(2), 69–80.
- Tjiptono, F. (2007). *Service, quality satisfaction*.
- Triana, U. (2021). *Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, Bahan Makanan, dan Citra Merek Produk Terhadap Konsumsi Produk Makanan Halal (Studi Kasus Mahasiswa Muslim di Malang)*. Universitas Brawijaya.
- Ummah, A. C., Bahrudin, M., & Hilal, S. (2023). Sertifikasi Halal dan Kesadaran Halal Pada Minat Beli Produk Makanan. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 4(4), 1113–1119.
- Utami, M., Aqila, C., Andini, P., & Nasution, Y. S. J. (2024). Analisis Pertumbuhan Konsumsi Produk Halal di Berbagai Sektor Ekonomi Indonesia Hingga Tahun 2025. *J-EBI: Jurnal Ekonomi Bisnis Islam*, 3(02).
- Varian, H. R. (2014). *Intermediate microeconomics with calculus: a modern approach*. WW norton & company.
- Wirawan, I. K. A., Sudibia, K., & Purbadharma, I. B. P. (2015). Pengaruh bantuan dana bergulir, modal kerja, lokasi pemasaran dan kualitas produk terhadap pendapatan pelaku UMKM sektor industri di Kota Denpasar. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 4(1), 1–21.
- Yanggo, H. T. (2013). Makanan dan Minuman dalam perspektif hukum islam. *Tahkim*, 9(2), 1–21.
- Yuliani, P., & Lahaya, I. A. (2022). Pengaruh strategi bisnis dan persaingan pasar terhadap manajemen laba. *AKUNTABEL*, 19(4).

- Yunus, N. S. N. M., Rashid, W. E. W., Ariffin, N. M., & Rashid, N. M. (2014). Muslim's purchase intention towards non-Muslim's Halal packaged food manufacturer. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 130, 145–154.
- Yusuf, M., SPi, Ms., Daris, L., & SPi, Ms. (2019). *Analisis data penelitian: teori & aplikasi dalam bidang perikanan*. Pt Penerbit Ipb Press.

