

**KEPATUHAN SERTIFIKASI HALAL UMKM DAN DAMPAKNYA
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DI KAWASAN MALIOBORO**



SKRIPSI

**DISUSUN DAN DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT MEMPEROLEH GELAR
SARJANA STRATA SATU DALAM ILMU HUKUM ISLAM / HUKUM ISLAM**

OLEH:

WILDAN ARIEF WIJAYA
22103080020

PEMBIMBING:

Dr. DIKY FAQIH MAULANA, S.H., M.H.

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARI'AH
FAKULTAS SYARI'AH DAN HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2026

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh eskalasi kebutuhan konsumen Muslim terhadap jaminan kehalalan produk di kawasan pariwisata, serta pemberlakuan kewajiban sertifikasi halal secara nasional melalui Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 dan Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2024. Urgensi penelitian ini bersumber dari adanya problematika berupa ketimpangan atau kesenjangan (gap) antara tingginya ekspektasi pasar konsumen dengan realitas kepatuhan administratif pedagang mandiri di lapangan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk membedah realitas kepatuhan hukum pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) kuliner di Kawasan Malioboro, menganalisis pengaruh psikologis keberadaan label halal terhadap minat beli konsumen, serta merumuskan implikasi kebijakannya menjelang tenggat waktu mandatori wajib halal nasional.

Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan yuridis empiris dengan metode bauran (*mixed methods*). Data kualitatif dihimpun melalui wawancara mendalam terhadap 25 informan pelaku usaha kuliner selasar Malioboro, sedangkan data kuantitatif diperoleh dari kuesioner konsumen yang dianalisis menggunakan uji Koefisien Determinasi (R^2) pada software SPSS. Landasan teoretis untuk mengukur kesadaran hukum pedagang berdasarkan pada empat indikator kepatuhan hukum menurut Soerjono Soekanto (pengetahuan hukum, pemahaman hukum, sikap hukum, dan pola perilaku hukum). Sementara itu, dampak psikologis perilaku konsumen dibedah menggunakan teori dampak kebijakan J.E. Hosio yang diintegrasikan dengan regulasi lokal, yaitu Peraturan Daerah DIY Nomor 5 Tahun 2014 tentang Pelayanan Publik dan Peraturan Daerah DIY Nomor 9 Tahun 2017 tentang Pemberdayaan dan Perlindungan Industri Kreatif, Koperasi, dan Usaha Kecil.

Hasil penelitian dan kesimpulan menegaskan lahirnya kesenjangan psikologis-yuridis (*juridical-psychological gap*) yang nyata di Kawasan Malioboro. Di satu sisi, temuan kuantitatif melalui kuesioner konsumen menunjukkan pengaruh label halal sangat dominan sebesar 91,8% terhadap minat beli sebagai pemenuh kebutuhan rasa aman (*safety needs*) dan pengurang risiko (*risk reducer*) pada aspek kognitif-afektif, kepastian pembelian ulang (*repeat order*), hingga tindakan konatif merekomendasikan produk. Di sisi lain, tingginya tuntutan pasar tersebut belum mampu diimbangi oleh kesiapan perilaku patuh dari pelaku usaha selasar yang mayoritasnya masih tertahan di level murni 40% (terjadi degradasi hierarkis kesadaran hukum: Pengetahuan: 21 UMKM, Pemahaman: 25 UMKM, Sikap: 23 UMKM, dan Aksi Nyata: 14 UMKM) akibat logika penyederhanaan, hambatan birokrasi, dan titik ketidaktahuan (*ignorance*) seperti pada kasus Ayam Geprek DBC, sekalipun secara administratif-makro kawasan terlihat impresif menyentuh angka 98,88% karena faktor intervensi pemerintah di Teras Malioboro 1 dan 2. Implikasi kebijakan dari temuan ini menuntut Pemerintah Daerah Daerah Istimewa Yogyakarta untuk segera mereformasi metode diseminasi regulasi melalui platform *self-declare* gratis SiBakul Jogja, beralih dari pendekatan formal-legalistik menuju pendampingan proaktif berbasis kultural-sosiologis (*jemput bola*) sebelum regulasi mandatori wajib halal nasional berlaku efektif secara penuh pada Oktober 2026.

Kata Kunci: *Kepatuhan Hukum, Sertifikasi Halal, Self-declare, Minat Beli, Psikologi Konsumen, Kawasan Malioboro.*



ABSTRACT

This research is motivated by the escalation of Muslim consumer demand for halal product guarantees in tourist destinations, alongside the national implementation of mandatory halal certification through Law Number 33 of 2014 and Government Regulation Number 42 of 2024. The urgency of this study stems from the problematic gap between the high expectations of the consumer market and the reality of administrative compliance among independent vendors in the field. Therefore, this study aims to examine the reality of legal compliance among culinary Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in the Malioboro Area, analyze the psychological influence of the presence of the halal label on consumer buying interest, and formulate its policy implications ahead of the national mandatory halal certification deadline.

The research method employed is empirical juridical with a mixed methods approach. Qualitative data were gathered through in-depth interviews with 25 culinary vendor informants along the Malioboro sidewalk, while quantitative data were obtained from consumer questionnaires analyzed using the Coefficient of Determination (R^2) test via SPSS software. The theoretical framework utilized to measure the legal awareness of vendors is based on Soerjono Soekanto's four indicators of legal compliance (legal knowledge, legal understanding, legal attitude, and actual legal behavior). Meanwhile, the psychological impact on consumer behavior is analyzed using J.E. Hosio's policy impact theory, integrated with local regulations, namely Yogyakarta Regional Regulation Number 5 of 2014 concerning Public Services and Yogyakarta Regional Regulation Number 9 of 2017 concerning the Empowerment and Protection of Creative Industries, Cooperatives, and Small Enterprises.

The research findings and conclusions confirm the emergence of a clear juridical-psychological gap in the Malioboro Area. On one hand, quantitative findings from the consumer questionnaire demonstrate that the halal label exerts a highly dominant influence of 91.8% on buying interest, functioning as a fulfiller of safety needs and a risk reducer across cognitive-affective aspects, the certainty of repeat orders, and conative actions such as recommending products. On the other hand, this high market demand has not been matched by the compliance behavior of sidewalk vendors, who are mostly stuck at a pure 40% compliance level (exhibiting a hierarchical degradation of legal awareness: Knowledge: 21 MSMEs, Understanding: 25 MSMEs, Attitude: 23 MSMEs, and Actual Action: 14 MSMEs) due to a simplification logic, bureaucratic hurdles, and points of ignorance, as seen in the Ayam Geprek DBC case, even though the macro-administrative data for the area appears impressive at 98.88% due to government intervention in Teras Malioboro 1 and 2. The policy implications of these findings demand that the Regional Government of the Special Region of Yogyakarta immediately reform its regulatory dissemination methods through the free self-declare SiBakul Jogja platform, shifting from a formal-legalistic approach to proactive cultural-sociological assistance (active outreach) before the national mandatory halal regulation becomes fully effective in October 2026.

Keywords: *Legal Compliance, Halal Certification, Self-declare, Buying Interest, Consumer Psychology, Malioboro Area.*



SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Yogyakarta 55281

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal: Skripsi Saudara Wildan Arief Wijaya
Kepada Yth.
Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga
Yogyakarta

Assalamualaikum wr.wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka saya selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara:

Nama : Wildan Arief Wijaya
NIM : 22103080020
Judul Skripsi : "Kepatuhan Sertifikasi Halal UMKM dan Dampaknya terhadap Minat Beli Konsumen di Kawasan Malioboro"

Sudah dapat diajukan kepada Fakultas Syari'ah dan Hukum Jurusan/Program Studi Hukum Ekonomi Syari'ah (Muamalah) UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam bidang sosial.

Dengan ini saya mengharap agar skripsi tersebut di atas dapat segera dimunaqsyahkan. Atas perhatiannya saya ucapkan terimakasih.

Yogyakarta, 27 Februari 2026 M
9 Dzulqa'dah 1447 H
Pembimbing,

Dr. Diky Faqih Maulana, S.H., M.H
NIP. 19970210 000000 1 101

HALAMAN PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 512840 Fax. (0274) 545614 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-536/Un.02/DS/PP.00.9/05/2026

Tugas Akhir dengan judul : KEPATUHAN SERTIFIKASI HALAL UMKM DAN DAMPAKNYA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DI KAWASAN MALIOBORO

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : WILDAN ARIEF WIJAYA
Nomor Induk Mahasiswa : 22103080020
Telah diujikan pada : Senin, 11 Mei 2026
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Dr. Diky Faqih Maulana, S.H., M.H.
SIGNED

Valid ID: 6a1023348a0db



Penguji I

Prof. Dr. Mochamad Sodik, S.Sos., M.Si.
SIGNED

Valid ID: 6a0eb635d4c9d



Penguji II

Ratnasari Fajariya Abidin, S.H., M.H.
SIGNED

Valid ID: 6a0bd5c6214b3



Yogyakarta, 11 Mei 2026
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Syari'ah dan Hukum

Prof. Dr. Ali Sodiqin, M.Ag.
SIGNED

Valid ID: 6a0fe09915764

SURAT KEASLIAN SKRIPSI

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Wildan Arief Wijaya
NIM : 22103080020
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah
Fakultas : Syariah dan Hukum

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul “KEPATUHAN SERTIFIKASI HALAL UMKM DAN DAMPAKNYA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DI KAWASAN MALIOBORO” adalah hasil karya pribadi dan sepanjang pengetahuan penyusun tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang penyusun ambil sebagai acuan.

Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka sepenuhnya menjadi tanggungjawab penyusun.

Yogyakarta, 27 Februari 2026 M
9 Dzulqa'dah 1447 H



Wildan Arief Wijaya
NIM: 22103080020

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

MOTTO

"Ada awal, ada akhir. Apa yang dimulai dengan niat baik, insyaAllah akan berakhir dengan hasil yang baik."



HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirabbil'alamin. Segala puji dan wujud syukur yang tiada tara ke hadirat Allah swt., Dzat yang senantiasa menggenggam hati dan melapangkan setiap langkah yang terasa berat. Karya sederhana ini, dengan penuh rasa cinta dan ketundukan hati, saya persembahkan sebagai wujud bakti kepada dua malaikat tak bersayap dalam hidup saya: Ibu Murniyati dan Bapak Siswanto.

Tiada aksara yang mampu melukiskan betapa besar pengorbanan, tetesan keringat, serta air mata yang telah Bapak dan Ibu curahkan demi mengantarkan anakmu hingga ke titik ini. Terima kasih atas setiap sujud di sepertiga malam yang selalu menyertakan nama saya, atas doa-doa yang menembus langit dan melapangkan jalan saya saat hampir menyerah. Tanpa rida, keikhlasan, dan cinta tanpa batas dari kalian, karya ini tidak akan pernah ada artinya.

Rasa hormat saya haturkan kepada Bapak Dr. Diky Faqih Maulana, S.H., M.H., selaku dosen pembimbing. Terima kasih atas keikhlasan waktu, kesabaran yang tak pernah surut, serta pencerahan ilmu yang telah Bapak berikan di setiap proses penyusunan skripsi ini. Skripsi ini turut saya dedikasikan untuk almamater kebanggaan, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, ruang di mana saya menempa diri, merajut asa, dan mendewasakan pemikiran. Serta untuk seluruh keluarga besar dan teman-teman seperjuangan yang senantiasa hadir menjadi pelita, memberikan pelukan semangat, dan mengukir memori kebersamaan yang tak akan terlupakan di sepanjang perjalanan akademik ini.

PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi merupakan pengalihan suatu tulisan dari satu abjad ke abjad lain. Dalam skripsi ini, transliterasi digunakan pada pengalihan tulisan Bahasa Arab ke Bahasa Latin dengan pedoman berdasarkan Surat Keputusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158 Tahun 1987 dan Nomor: 0543b/U/1987, sebagai berikut:

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf latin	Nama
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	Ša'	Š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha'	Ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha'	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	ze (dengan titik di atas)
ر	Ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ص	Syin	Sy	es dan ye

ص	Ṣad	Ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	Ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa'	Ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa'	Ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'Ain	'	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa'	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	'el
م	Mim	M	'em
ن	Nun	N	'en
و	Waw	W	W
ه	Ha'	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya'	Y	Ye

B. Konsonan Rangkap karena Syaddah

مُعَدَّة	Ditulis	<i>Muta'addidah</i>
عِدَّة	Ditulis	<i>'iddah</i>

C. Ta' Marbûṭah di Akhir Kata

1. Bila dimatikan ditulis h

حِكْمَةٌ	Ditulis	<i>ḥikmah</i>
عِلَّةٌ	Ditulis	<i>‘illah</i>

(ketentuan ini tidak diperlukan lagi kata-kata Arab yang sudah terserap dalam Bahasa Indonesia, seperti salat, zakat dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya).

2. Bila diikuti dengan kata sandang al serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan h.

كَرَامَةُ الْأَوْلِيَاءِ	Ditulis	<i>Karāmah al-Auliyā’</i>
--------------------------	---------	---------------------------

3. Bila ta’ marbûṭah hidup atau dengan harakat fathah kasrah dan ḍammah ditulis t atau h.

زَكَاةُ الْفِطْرِ	Ditulis	<i>Zakāh al-Fiṭri</i>
-------------------	---------	-----------------------

D. Vokal Pendek

1.	---َ---	Fathah	Ditulis	A
2.	---ِ---	Kasrah	Ditulis	I
3.	---ُ---	Ḍammah	Ditulis	U

E. Vokal Panjang

1.	Fathah + alif إِسْتِحْسَانٌ	Ditulis	<i>ā</i> <i>Istiḥsān</i>
2.	Fathah + ya’ mati أُنْسَى	Ditulis	<i>ā</i> <i>Unṣā</i>
3.	Kasrah + ya’ mati الْعُلَوَانِي	Ditulis	<i>ī</i> <i>al-‘Ālwānī</i>
4.	Ḍammah + wāwu mati عُلُومٌ	Ditulis	<i>ū</i> <i>‘Ulūm</i>

F. Vocal Rangkap

1.	Fatḥah diikuti Ya' Mati بينكم	Ditulis	<i>Ai</i> <i>Bainakum</i>
2.	Fatḥah diikuti Wawu Mati قول	Ditulis	<i>Au</i> <i>Qaul</i>

G. Vocal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata Dipisahkan dengan Apostrof

النتم	Ditulis	<i>a'antum</i>
أعدّات	Ditulis	<i>'u'iddat</i>
لئن شكرتم	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>

H. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti huruf Qomariyyah

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

2. Bila diikuti huruf Syamsiyah ditulis dengan menggunakan huruf Syamsiyah yang mengikutinya, serta menghilangkan huruf 'l' (el) nya.

الرسالة	Ditulis	<i>ar-Risālah</i>
النساء	Ditulis	<i>an-Nisā'</i>

I. Penulisan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

ذوي الفروض	Ditulis	<i>Ẓawī al-furūd</i>
اهل السنة	Ditulis	<i>Ahl as-Sunnah</i>

J. Pengecualian

Sistem transliterasi ini tidak berlaku pada:

- a. Kosa kata Arab yang lazim dalam bahasa Indonesia dan terdapat dalam Kamus Umum Bahasa Indonesia, misalnya hadis, lafaz, shalat, zakat dan sebagainya.
- b. Judul buku yang menggunakan kata Arab, namun sudah dilatinkan oleh penerbit, seperti judul buku Al-Hijab, Fiqh Mawaris, Fiqh Jinayah dan sebagainya.
- c. Nama pengarang yang menggunakan nama Arab, tetapi berasal dari negara yang menggunakan huruf Latin, misalnya M. Quraish Shihab, Ahmad Syukri Soleh dan sebagainya.
- d. Nama penerbit di Indonesia yang menggunakan kata Arab, misalnya Mizan, Hidayah, Taufiq, Al-Ma'arif dan sebagainya.



KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur senantiasa kita panjatkan ke hadirat Allah swt, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya. Berkat karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini yang berjudul “Kepatuhan Sertifikasi Halal UMKM dan Dampaknya terhadap Minat Beli Konsumen di Kawasan Malioboro”

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Sarjana Strata Satu (S1) pada Program Studi Hukum Ekonomi Syari’ah, Fakultas Syari’ah dan Hukum, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Dalam proses penyusunannya, penulis memperoleh banyak bimbingan, bantuan, serta dukungan dari berbagai pihak, sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan dengan baik.

Oleh karena itu, dengan penuh kerendahan hati, penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak A Hasfi Luthfi, M.H., selaku Ketua Prodi Hukum Ekonomi Syari’ah Fakultas Syari’ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sekaligus Dosen Pembimbing Akademik saya semasa perkuliahan berlangsung
2. Bapak Prof. Noorhaidi, S.Ag., M.A., M. Phil., Ph.D., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Bapak Prof. Dr. Ali Sodikin, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Syari’ah dan Hukum UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Bapak Dr. Diky Faqih Maulana, S.H.,M.H selaku Dosen Pembimbing Skripsi saya yang telah meluangkan banyak waktunya demi memberikan

bimbingan, bantuan, serta arahan sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik

5. Kedua orang tua saya tercinta: Bapak Siswanto dan Ibu Murniyati, serta Terima kasih atas semua dukungan baik materi maupun pikiran yang telah dicurahkan demi keberhasilan jenjang pendidikan ini. Semua ini dapat terwujud berkat derasnya doa-doa tulus yang Bapak dan Ibu limpahkan untuk keberhasilan saya.
6. Kepada diri saya sendiri, saya ucapkan terimakasih karena telah mau berjuang sampai sejauh ini. Setiap langkah baik besar kecilmu membawa perubahan pada masa depan. Teruslah berjuang. Go Fight!
7. Teman-teman perkuliahan HES angkatan 22 yang tentu tidak bisa saya sebutkan namanya satu persatu, terimakasih atas segala kebersamaannya.

Dengan tulus, penulis menyampaikan rasa terima kasih yang mendalam kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam penyelesaian skripsi ini. Semoga Allah swt melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada kita semua. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan, oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan demi perbaikan di masa yang akan datang, serta dengan harapan semoga skripsi ini memberikan manfaat bagi penulis dan pembaca.

Yogyakarta, 27 April 2026 M
9 Dzulqa'dah 1447 H
penulis,

Wildan Arief ijaya
Nim.22103080020

Daftar Isi

ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iv
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI	vi
HALAMAN PENGESAHAN	vii
SURAT KEASLIAN SKRIPSI	viii
MOTTO	ix
HALAMAN PERSEMBAHAN	x
PEDOMAN TRANSLITERASI	xi
KATA PENGANTAR	xvi
Daftar Isi	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan dan Kegunaan	7
D. Telaah Pustaka	8
E. Kerangka Teoritik	13
F. Metode Penelitian	17
1. Jenis Penelitian	17
2. Sifat Penelitian	18
3. Pendekatan Penelitian	18
4. Data dan Sumber Data	19
5. Teknik Pengumpulan Data	20
6. Teknik Analisis Data	23
G. Sistematika Pembahasan	24
BAB II LANDASAN TEORI	27
A. Pengertian Dampak (J.E. Hosio)	27
B. Teori Kepatuhan Hukum (Soerjono Soekanto)	29
C. Teori Minat Beli (Philip Kotler dan Kevin Lane Keller)	31
BAB III GAMBARAN UMUM PELAKU USAHA DI KAWASAN MALIOBORO	34

A.	Profil Wilayah Kawasan Wisata Malioboro	34
1.	Sejarah Kawasan Malioboro	34
2.	Letak Geografis, Batas Wilayah, dan Kondisi Demografis	37
B.	Pelaku Usaha di Kawasan Malioboro	40
1.	Definisi UMKM dan Pelaku Usaha	40
2.	Profil dan Persebaran UMKM di Daerah Istimewa Yogyakarta serta Kawasan Malioboro	41
3.	Klasifikasi dan Ragam Produk UMKM di Kawasan Malioboro	43
4.	Urgensi Sektor Kuliner dan Relevansi Sertifikasi Halal	45
C.	Sertifikasi Halal Pelaku Usaha di Malioboro.....	47
1.	Pengertian dan Sejarah Perkembangan Sertifikasi Halal.....	47
2.	UU No. 33 Tahun 2014 dan PP No. 42 Tahun 2024.....	49
3.	Perda No. 9 Tahun 2017 dan Perda No. 5 Tahun 2014	50
4.	Mekanisme Sertifikasi Halal Self-declare.....	52
5.	Manfaat Sertifikasi Halal Bagi Berbagai Pihak.....	53
6.	Realitas Implementasi pada Subjek Penelitian di Kawasan Malioboro	54
BAB IV ANALISIS IMPLIKASI SERTIFIKASI HALAL TERHADAP DINAMIKA MINAT BELI KONSUMEN PADA UMKM DI KAWASAN MALIOBORO		58
A.	Realitas Kepatuhan Hukum Sertifikasi Halal di Kawasan Malioboro: Analisis Mikro dan Makro	58
1.	Analisis Kepatuhan Pelaku Usaha Berdasarkan Indikator Soerjono Soekanto.....	58
2.	Analisis Sosiologis dan Dinamika Lapangan:.....	60
3.	Komparasi Data Mikro dan Makro Kepatuhan di Kawasan Malioboro.....	61
B.	Analisis Pengaruh Sertifikasi Halal terhadap Minat Beli Konsumen di Kawasan Malioboro.....	62
1.	Uji Validitas dan Reliabilitas	63
2.	Uji Hipotesis dan Analisis Regresi Linear Sederhana.....	65
C.	Analisis Dampak Psikologis Konsumen dan Implikasi Kebijakan Sertifikasi Halal	70
1.	Dampak Kognitif dan Afektif.....	71
2.	Kepastian Psikologis dan Loyalitas	71
3.	Dampak Konatif (Perilaku Sosial).....	71
BAB V PENUTUP		67
A.	Kesimpulan	67

B. Saran	69
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN.....	i



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia menempatkan aspek kehalalan produk sebagai kebutuhan spiritual dan jaminan hukum yang fundamental.¹ Jaminan ini merupakan bagian integral dari perlindungan hak-hak dasar warga negara, sebagaimana dijamin oleh Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945, untuk menjalankan ajaran dan kepercayaan agamanya.²

Urgensi jaminan produk halal ini semakin menguat seiring dengan visi Indonesia untuk menjadi pusat industri halal dunia. Berdasarkan laporan *State of the Global Islamic Economy (SGIE) Report 2023/2024*, Indonesia menempati peringkat ketiga dunia dalam indikator ekonomi Islam global, di mana sektor makanan halal (*halal food*) menjadi salah satu pilar utamanya.³ Hal ini sangat relevan dengan eksistensi Kawasan Malioboro sebagai pusat perputaran ekonomi

¹ Agus Susetyohadi, Mufti Alam Adha, Afrilia Dwi Utami, dan Dwi Esti Sekar Rini, "Pengaruh Sertifikasi Halal Terhadap Kesetiaan Konsumen Pada Produk Makanan dan Minuman," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 7, no. 1 (2021), hlm. 285.

² Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, *Lembaran Negara RI Tahun 2014 Nomor 295*, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 5604, Menimbang huruf b dan Pasal 28H ayat (1) UUD 1945.

³ Ali Liaqat Iman, "State of the Global Islamic Economy Report", DinarStandard, Di akses 08 Desember 2025, <https://www.dinarstandard.com/post/state-of-the-global-islamic-economy-report-2023>.

dan destinasi wisata kuliner utama di Yogyakarta. Perputaran uang yang masif di sektor kuliner menuntut adanya kepastian hukum guna menjaga kepercayaan pasar. Saat ini, label halal telah bertransformasi dari sekadar kewajiban agama menjadi standar keamanan mutlak (*safety needs*) bagi wisatawan untuk meminimalkan risiko batiniah dalam konsumsi. Tanpa sertifikasi yang jelas, terdapat risiko ekonomi berupa hilangnya potensi pasar dari konsumen Muslim yang kini semakin kritis. Oleh karena itu, Malioboro menjadi lokus penelitian yang krusial untuk memotret sejauh mana kesiapan ekosistem halal lokal dalam mendukung visi global tersebut sekaligus melindungi keberlangsungan ekonomi daerah.⁴

Aspek legalitas ini semakin mendesak dengan ditetapkannya batas akhir penangguhan wajib sertifikasi halal pada 17 Oktober 2026 melalui Pasal 160 PP No. 42 Tahun 2024.⁵ Pemerintah Daerah DIY telah merespons hal ini melalui Perda DIY No. 9 Tahun 2017 yang menjamin perlindungan UMKM melalui fasilitasi halal, serta Perda DIY No. 5 Tahun 2014 untuk memastikan pelayanan publik yang prima.⁶ Bahkan, Pemerintah Daerah melalui Dinas Koperasi dan UKM DIY telah membuka program sertifikasi gratis bagi anggota SiBakul Jogja, mencakup skema *Self-declare* maupun Reguler. Namun, realita di lapangan menunjukkan tingkat kepatuhan administratif di Kawasan Malioboro masih minim, yakni hanya

⁴ *Ibid*

⁵ Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2024 tentang Penyelenggaraan Bidang Jaminan Produk Halal, Pasal 160 ayat (2).

⁶ Peraturan Daerah Daerah Istimewa Yogyakarta Nomor 9 Tahun 2017 tentang Pemberdayaan dan Perlindungan Industri Kreatif, Koperasi, dan Usaha Kecil; Peraturan Daerah Daerah Istimewa Yogyakarta Nomor 5 Tahun 2014 tentang Pelayanan Publik.

menyentuh angka 14% dari populasi UMKM kuliner. Kondisi kontradiktif ini menimbulkan tanda tanya besar; mengapa di tengah kemudahan prosedur pendaftaran melalui sistem Sihalal dan ketiadaan hambatan biaya, pelaku usaha masih cenderung abai? Masalah literasi dan efektivitas diseminasi informasi menjadi titik kritis yang harus segera dipecahkan sebelum konsekuensi hukum mulai berlaku efektif pasca tenggat waktu tahun 2026 mendatang.⁷

Hal ini menunjukkan bahwa konsumsi produk halal bukan sekadar pemenuhan kewajiban agama bagi individu, melainkan telah bertransformasi menjadi ekosistem ekonomi yang bernilai strategis. Peningkatan kesadaran masyarakat global dan nasional terhadap gaya hidup halal (halal lifestyle) menuntut ketersediaan produk yang terjamin kehalalannya, tidak hanya di pasar ritel modern, tetapi juga hingga ke level akar rumput seperti pedagang kaki lima dan UMKM di kawasan wisata. Ketiadaan jaminan halal pada sektor ini dapat menghambat ambisi nasional tersebut dan mengurangi daya saing produk lokal di mata konsumen yang semakin kritis.

Dalam kerangka Hukum Ekonomi Syariah (HES), penetapan standar halal tidak hanya urusan ritual, tetapi juga upaya menjaga prinsip keadilan ('Adl) dan kemaslahatan (Maslahah), serta meniadakan ketidakpastian (Gharar) dalam transaksi ekonomi.⁸ Kewajiban negara untuk menjamin kehalalan produk adalah

⁷ BPJPH, "Kepala BPJPH: Urus Sertifikasi Halal itu Mudah, Begini Caranya", bpjph.halal.go.id, Diakses pada tanggal 13 Mei 2026, <https://bpjph.halal.go.id/detail/kepala-bpjph-urus-sertifikasi-halal-itu-mudah-begini-caranya>.

⁸ Alisyaf Afifah Maulidina Putri Abdillah dan Baidhowi, "Prinsip Dasar Hukum Ekonomi Syariah: Antara Keadilan dan Profitabilitas," *Jurnal Multidisiplin Ilmu Akademik* 2, no. 2 (April

manifestasi dari perlindungan konsumen Muslim dari produk yang *syubhat* atau haram.⁹ Oleh karena itu, semua produk yang beredar dan diperdagangkan di wilayah Indonesia wajib bersertifikat halal.¹⁰

Komitmen hukum tersebut diwujudkan melalui pengesahan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (UU JPH). Sebagai aturan pelaksana, Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2024 tentang Penyelenggaraan Bidang Jaminan Produk Halal (PP JPH) mengatur secara spesifik bahwa produk makanan dan minuman (kuliner) termasuk jenis produk yang wajib bersertifikat halal.¹¹ Konsekuensi yuridis dari ketidakpatuhan terhadap kewajiban ini adalah dikenakannya sanksi administratif kepada Pelaku Usaha oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH).¹²

Kewajiban regulasi ini memiliki implikasi besar terutama pada sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang merupakan pilar utama perekonomian nasional.¹³ Dalam konteks pariwisata, Kawasan Wisata Malioboro Yogyakarta adalah pusat strategis bagi UMKM kuliner. Namun, penelitian di kawasan ini

2025), hlm. 206.

⁹ Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, Pasal 4.

¹⁰ *Ibid.*

¹¹ Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2024 tentang Penyelenggaraan Bidang Jaminan Produk Halal, *Lembaran Negara RI Tahun 2024 Nomor 229*, Tambahan Lembaran Negara RI Nomor 6998, Pasal 160.

¹² ayat (1) huruf a-c, tentang sanksi administratif bagi pelaku usaha.

¹³ Irfan Agung Purnomo, "The Impact of Halal Certification for MSME Business: A Systematic Literature Review," *Asian Journal of Economics and Business Management* 2, no. 2 (2023), hlm. 273.

menunjukkan adanya kesenjangan antara kesadaran hukum dan penerapan regulasi, di mana banyak pelaku usaha masih mengandalkan klaim halal pribadi (self-claim) tanpa memiliki Sertifikat Halal resmi.¹⁴

Signifikansi Kawasan Malioboro tidak bisa dipandang sebelah mata dalam peta perekonomian daerah. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi D.I. Yogyakarta dalam laporan terbarunya, struktur ekonomi DIY pada Triwulan III-2024 didominasi oleh beberapa lapangan usaha utama, di mana sektor Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum memberikan kontribusi sebesar 10,00% terhadap total PDRB.¹⁵ Angka ini menunjukkan bahwa aktivitas kuliner dan pariwisata adalah tulang punggung perekonomian Yogyakarta. Urgensi ini semakin diperkuat oleh data nasional Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif yang menempatkan kuliner sebagai subsektor dengan kontribusi terbesar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) ekonomi kreatif, yakni mencapai 41%.¹⁶ Fakta ini menegaskan bahwa perputaran uang di sektor kuliner sangatlah masif. Jika ekosistem ini tidak didukung oleh kepastian hukum berupa sertifikasi halal, maka terdapat risiko ekonomi yang besar berupa hilangnya potensi pasar (*lost opportunity*) dari konsumen Muslim yang menuntut jaminan produk halal.

¹⁴ Nada Afifah dkk., "Pengaruh Sertifikasi Halal Self Declare, Branding, Kreativitas Produk Terhadap Keberhasilan Usaha Kuliner di Teras Malioboro Yogyakarta," *JIEL: Journal of Islamic Economic and Law* 2, no. 2 (2025), hlm. 58.

¹⁵ Badan Pusat Statistik Provinsi D.I. Yogyakarta, "Berita Resmi Statistik: Pertumbuhan Ekonomi DIY Triwulan III-2024," No. 71/11/34/Th. XXVI, 5 November 2024, hlm. 5.

¹⁶ Silvita Agmasari, "Sektor Kuliner Penyumbang Terbesar PDB Ekonomi Kreatif Indonesia", Kompas.com, Di akses pada tanggal 08 Desember 2025, <https://www.kompas.com/food/read/2021/08/11/210300375/sektor-kuliner-penyumbang-terbesar-pdb-ekonomi-kreatif-indonesia>.

Kesenjangan kepatuhan regulasi ini berdampak langsung pada perilaku konsumen, khususnya Minat Beli. Secara teoretis, sertifikat halal berfungsi sebagai penentu dalam keputusan pembelian karena menjadi simbol kepercayaan (*trust*) yang krusial bagi masyarakat Muslim.¹⁷ Kajian empiris mengonfirmasi bahwa sertifikat halal memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli konsumen UMKM.¹⁸ Sebaliknya, ketiadaan label atau sertifikasi resmi di Malioboro dapat menimbulkan keraguan (*syubhat*) di kalangan masyarakat, yang pada akhirnya dapat mengancam loyalitas dan Minat Beli Ulang (Repurchase Decisions) konsumen terhadap produk kuliner di kawasan tersebut.¹⁹

Berdasarkan urgensi hukum, ekonomi, dan sosial keagamaan ini, penelitian yang mengkaji pengaruh sertifikasi Produk Halal terhadap perilaku konsumtif wisatawan dikawasan Wisata Malioboro menjadi krusial. Melalui Tinjauan Hukum, studi ini diharapkan dapat memberikan pemetaan yuridis mengenai tingkat kepatuhan legal UMKM serta analisis dampak kepatuhan tersebut dalam menjamin perlindungan konsumen dan mewujudkan ekosistem Hukum Ekonomi Syariah yang berkelanjutan.

¹⁷ Diah Syifauly A'yuni, Sundari, dan Rahma Sandhi Prahara, "Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Minat Beli Masyarakat Muslim Mojokerto," *Al-Mada: Jurnal Agama, Sosial, dan Budaya* 5, no. 1 (2022), hlm. 167.

¹⁸ Hari Santoso Wibowo dkk., "Pengaruh Sertifikasi Halal, Religiusitas, dan Halal Awareness terhadap Minat Beli Konsumen UMKM," *AL-IQTISHOD: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Ekonomi Islam* 13, no. 1 (2025). hlm.12.

¹⁹ Firda Rizki Aliya dkk., "Pengaruh Budaya, Kualitas Produk, Halal Knowledge, Halal Awareness, dan Halal Certification terhadap Repurchase Decisions Produk Makanan Cepat Saji Impor (Studi Kasus Pada Masyarakat di Daerah Malioboro)," *Jurnal Multidisiplin Inovatif* 9, no. 2 (2025). hlm.42.

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah merupakan pertanyaan-pertanyaan yang hendak dicari jawabannya melalui penelitian.

1. Bagaimana kepatuhan pelaku UMKM di Kawasan Malioboro terhadap jaminan sertifikasi halal?
2. Bagaimana dampak sertifikat halal terhadap minat beli konsumen di Kawasan Malioboro?
3. Bagaimana pengaruh psikologis konsumen terhadap keberadaan label halal?

C. Tujuan dan Kegunaan

1. Kegunaan Teoretis
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian ilmiah di bidang Hukum Ekonomi Syariah (HES), khususnya mengenai integrasi antara kepatuhan hukum positif (UU JPH) dengan prinsip Hukum Ekonomi Syariah (HES) dalam sektor riil.
 - b. Memberikan kontribusi akademik dalam pengembangan teori Minat Beli yang menekankan pentingnya faktor kepatuhan regulasi sebagai variabel penentu Minat Beli.
2. Kegunaan Praktis
 - a. Bagi Pelaku UMKM: Memberikan insight mengenai urgensi kepatuhan regulasi JPH bukan hanya sebagai kewajiban, tetapi sebagai strategi bisnis yang efektif untuk meningkatkan kepercayaan (Amanah) dan

Minat Beli konsumen di kawasan wisata kompetitif seperti Malioboro.

- b. Bagi Pemerintah (BPJPH & Pemda DIY): Menghasilkan data empiris tentang tingkat kesiapan dan kendala UMKM, yang dapat digunakan sebagai rekomendasi konkret untuk merumuskan kebijakan sosialisasi, pendampingan, dan pengawasan yang berbasis Masalah menjelang batas waktu wajib sertifikasi 2026.
- c. Bagi Masyarakat/Konsumen: Memberikan edukasi tentang hak-hak konsumen dalam JPH, sekaligus mendorong partisipasi aktif masyarakat dalam pengawasan produk halal.

D. Telaah Pustaka

Telaah pustaka ini merupakan kajian kritis terhadap penelitian-penelitian terdahulu yang relevan dengan tema kepatuhan regulasi jaminan produk halal dan minat beli. Berdasarkan penelusuran literatur, terdapat beberapa karya ilmiah yang memiliki korelasi dengan penelitian ini, antara lain:

Pertama, penelitian yang ditulis oleh Nada Afifah dkk. (2025) dengan judul "Pengaruh Sertifikasi Halal Self Declare, Branding, Kreativitas Produk Terhadap Keberhasilan Usaha Kuliner di Teras Malioboro Yogyakarta". Penelitian ini mengkaji pengaruh penerapan sertifikasi halal jalur *self-declare* (pernyataan mandiri), strategi branding, dan kreativitas produk terhadap keberhasilan usaha mikro di kawasan relokasi Teras Malioboro. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa meskipun masih banyak pelaku usaha yang hanya mengandalkan klaim halal

pribadi tanpa sertifikasi resmi, variabel sertifikasi *self-declare* bersama dengan branding dan kreativitas tetap memberikan kontribusi positif terhadap keberhasilan usaha. Persamaan penelitian ini dengan skripsi penulis terletak pada lokasi penelitian (Kawasan Malioboro) dan objek kajian (UMKM Kuliner). Perbedaannya, penelitian Nada Afifah dkk. berfokus pada variabel "Keberhasilan Usaha" dan mekanisme "*Self-declare*", sedangkan penulis berfokus pada tingkat "Kepatuhan Regulasi" (Sertifikasi Halal Reguler/Resmi sesuai UU JPH) dan dampaknya secara spesifik terhadap psikologi "Minat Beli" konsumen.²⁰

Kedua, artikel jurnal karya Irfan Agung Purnomo (2023) berjudul "The Impact of Halal Certification for MSME Business: A Systematic Literature Review". Penelitian ini menggunakan metode Systematic Literature Review (SLR) untuk memetakan dampak kepemilikan sertifikat halal bagi keberlangsungan bisnis UMKM di berbagai negara. Kesimpulan dari studi ini menegaskan bahwa sertifikasi halal bukan sekadar kewajiban administratif, melainkan instrumen vital yang terbukti meningkatkan kepercayaan konsumen (*consumer trust*) dan memperluas pangsa pasar global. Persamaan dengan penelitian penulis adalah pada tema sentral mengenai urgensi sertifikasi halal bagi UMKM. Namun, terdapat perbedaan signifikan pada metode dan ruang lingkup; Purnomo menggunakan studi kepustakaan dengan cakupan global, sementara penulis menggunakan metode penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan yuridis-empiris yang

²⁰ Afifah dkk, "Pengaruh Sertifikasi Halal Self Declare, Branding, Kreativitas Produk Terhadap Keberhasilan Usaha Kuliner di Teras Malioboro Yogyakarta," (2025). hlm. 58.

mengambil data langsung dari pelaku usaha dan konsumen di lokasi spesifik Malioboro.²¹

Ketiga, penelitian Amellya Yunita Syari dkk. (2025) dengan judul "Peran Sertifikasi Halal pada UMKM dalam Memperkuat Ekonomi Syariah di Indonesia". Artikel ini membahas integrasi sertifikasi halal pada produk UMKM sebagai pendorong utama ekosistem ekonomi syariah nasional. Hasilnya menunjukkan bahwa sertifikasi halal memberikan jaminan hukum yang memperkuat struktur ekonomi berbasis syariah melalui peningkatan transaksi di sektor riil. Persamaannya terletak pada penempatan sertifikasi halal sebagai instrumen ekonomi syariah. Adapun perbedaannya, penelitian Amellya dkk. bersifat makro-ekonomi (skala nasional), sedangkan penelitian penulis bersifat mikro-ekonomi dan sosiologis, yaitu mengukur dampak sertifikasi terhadap perilaku individu (minat beli) wisatawan di pasar wisata serta menganalisis kepatuhan hukumnya.²²

Keempat, studi kuantitatif oleh Hari Santoso Wibowo dkk. (2025) berjudul "Pengaruh Sertifikasi Halal, Religiusitas, dan Halal Awareness terhadap Minat Beli Konsumen UMKM". Penelitian ini menguji hubungan kausalitas antara variabel kehalalan dengan keputusan konsumen. Temuan riset ini mengkonfirmasi bahwa Sertifikasi Halal, Religiusitas, dan Kesadaran Halal secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. Persamaan penelitian ini dengan penulis

²¹ Purnomo, "The Impact of Halal Certification for MSME Business: A Systematic Literature Review," (2023). hlm. 273

²² Syari dkk, "Peran sertifikasi halal pada UMKM dalam memperkuat ekonomi syariah di Indonesia." *Journal of Halal Industry Studies*, Vol. 4, No. 1 (2025).. hlm. 5.

sangat erat, yakni menguji pengaruh "Sertifikasi Halal" terhadap "Minat Beli". Perbedaannya terletak pada variabel independen dan pisau analisis; Wibowo dkk. menggunakan variabel psikologis (Religiusitas), sedangkan penulis menggunakan variabel hukum ("Kepatuhan Regulasi") dan menganalisisnya menggunakan perspektif Hukum Ekonomi Syariah (prinsip Amanah dan Maslahah).²³

Kelima, penelitian oleh Diah Syifaul A'yuni dkk. (2022) berjudul "Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Minat Beli Masyarakat Muslim Mojokerto". Penelitian ini bertujuan mengetahui signifikansi pencantuman label halal terhadap preferensi belanja masyarakat umum di Mojokerto. Hasilnya menunjukkan bahwa labelisasi halal menjadi faktor determinan (penentu) dalam keputusan pembelian. Persamaannya adalah fokus pada pengaruh label halal terhadap minat beli. Perbedaannya terletak pada subjek dan lokasi; penelitian tersebut dilakukan pada masyarakat umum di Mojokerto, sedangkan penulis meneliti wisatawan di Kawasan Wisata Malioboro yang memiliki karakteristik heterogen dan konteks "ketidakpastian" (uncertainty) yang lebih tinggi saat berwisata, sehingga peran sertifikasi sebagai jaminan keamanan menjadi lebih krusial.²⁴

Keenam, penelitian Firda Rizki Aliya dkk. (2025) berjudul "Pengaruh Budaya, Kualitas Produk, Halal Knowledge, Halal Awareness, dan Halal Certification terhadap Repurchase Decisions Produk Makanan Cepat Saji Impor (Studi Kasus

²³ Wibowo dkk. "Pengaruh Sertifikasi Halal, Religiusitas, dan Halal Awareness terhadap Minat Beli Konsumen UMKM," (2025), hlm. 12.

²⁴ A'yuni dkk, "Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Minat Beli Masyarakat Muslim Mojokerto," (2022), hlm. 167

Pada Masyarakat di Daerah Malioboro)". Penelitian ini mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian ulang (repurchase) produk impor. Hasilnya menunjukkan bahwa sertifikasi halal berkontribusi positif terhadap loyalitas konsumen. Persamaannya adalah lokasi penelitian di Malioboro dan variabel sertifikasi halal. Perbedaannya sangat jelas pada objek produk; Aliya dkk. meneliti "Makanan Impor", sedangkan penulis meneliti "Kuliner Lokal/UMKM". Selain itu, variabel terikat penulis adalah "Minat Beli" (tahap awal), bukan "Pembelian Ulang" (tahap lanjut/loyalitas).²⁵

Berdasarkan pemetaan terhadap berbagai literatur di atas, terlihat bahwa penelitian terdahulu umumnya cenderung terfokus pada satu sisi, yakni sisi pemasaran (pengaruh statistik label halal terhadap minat beli) atau sisi hukum normatif semata. Oleh karena itu, penelitian ini hadir untuk mengisi kekosongan akademik (research gap) tersebut dengan menawarkan kebaruan yang signifikan. Penelitian ini berbeda dengan studi-studi sebelumnya karena tidak hanya berhenti pada pengujian statistik variabel Minat Beli, tetapi juga mengintegrasikan analisis mendalam mengenai tingkat Kepatuhan Regulasi pelaku UMKM di Malioboro secara faktual. Lebih jauh lagi, temuan lapangan tersebut akan ditinjau secara holistik menggunakan kerangka Hukum Ekonomi Syariah (HES) untuk menilai apakah praktik bisnis di kawasan wisata strategis ini telah memenuhi prinsip keadilan dan Amanah dalam melindungi konsumen.

²⁵ Aliya dkk. "Pengaruh Budaya, Kualitas Produk, Halal Knowledge, Halal Awareness, dan Halal Certification terhadap Repurchase Decisions Produk Makanan Cepat Saji Impor (Studi Kasus Pada Masyarakat di Daerah Malioboro)," (2025), hlm. 42.

E. Kerangka Teoritik

1. Teori Kepatuhan Hukum

Teori Kepatuhan Hukum yang dikemukakan oleh Soerjono Soekanto sangat erat kaitannya dengan kesadaran hukum, yang diukur melalui empat indikator berurutan: Pengetahuan Hukum (tahu hukum), Pemahaman Hukum (mengerti isi & tujuan), Sikap Hukum (kecenderungan menerima/menolak), dan Perilaku Hukum (tindakan mematuhi). Kepatuhan bisa timbul dari motif eksternal (compliance - takut sanksi), internal/kelompok (identification - agar diterima), atau nilai diri (internalization - karena sesuai nilai pribadi).²⁶

Dalam skripsi ini, teori kepatuhan digunakan untuk membedah perilaku pelaku UMKM kuliner di Kawasan Malioboro terhadap kewajiban sertifikasi halal sesuai Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 dan PP Nomor 42 Tahun 2024. Penelitian akan menganalisis apakah UMKM yang belum bersertifikat disebabkan oleh kurangnya pengetahuan (belum tahu aturan), kurangnya pemahaman (bingung prosedurnya), atau sikap hukum yang resisten (merasa tidak perlu), yang berujung pada ketidakpatuhan perilaku hukum.

2. Teori Minat Beli (Purchase Intention)

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, minat beli (purchase

²⁶ Soerjono Soekanto, *Pokok-Pokok Sosiologi Hukum* (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), hlm.

intention) adalah respons perilaku konsumen yang terbentuk melalui tahapan psikologis yang runtut. Dalam model respons konsumen (hierarchy of effects), Kotler dan Keller menjelaskan bahwa minat beli tidak muncul seketika, melainkan melalui enam indikator tahapan yang harus dilalui konsumen, yaitu: (1) Awareness (kesadaran akan keberadaan produk), (2) Knowledge (pengetahuan tentang fitur/manfaat produk), (3) Liking (perasaan suka terhadap produk), (4) Preference (kecenderungan memilih produk tersebut dibanding pesaing), (5) Conviction (keyakinan yang mantap untuk membeli), dan akhirnya (6) Purchase Intention (niat konkret untuk melakukan transaksi). Keempat indikator awal membentuk persepsi, sedangkan dua indikator terakhir (keyakinan dan niat) adalah prediktor terkuat dari keputusan pembelian.²⁷

Teori ini digunakan untuk menganalisis efektivitas "Label Halal" di Malioboro dalam menggiring wisatawan melewati tahapan-tahapan tersebut. Penelitian ini menguji apakah sertifikasi halal mampu mempercepat proses psikologis wisatawan: mulai dari membangun Awareness (melihat logo halal di gerai), meningkatkan Knowledge (tahu makanan tersebut aman/halal), menumbuhkan Preference (lebih memilih gerai berlogo halal dibanding yang tidak), hingga menciptakan Conviction (keyakinan tanpa ragu) yang berujung pada Purchase Intention. Dengan menggunakan indikator Kotler dan Keller ini, dapat diukur pada tahap mana

²⁷ Philip, Kotler, & Kevin, Lane Keller, *Marketing Management (15th ed.)* (Harlow: Pearson Education, 2016). hlm. 194-195.

label halal memberikan pengaruh paling signifikan terhadap keputusan wisatawan.

3. Teori Dampak

Menurut J.E. Hosio Dampak secara esensial didefinisikan sebagai perubahan nyata terhadap tingkah laku maupun sikap manusia yang secara langsung dihasilkan oleh keluaran (output) dari sebuah regulasi atau tindakan tertentu.²⁸ Pandangan ini menegaskan bahwa sebuah dampak tidak berhenti pada tataran formalitas, melainkan harus termanifestasi dalam realitas kehidupan yang dinamis. Konsepsi tersebut kemudian dipertegas oleh M. Irfan Islamy yang merumuskan bahwa dampak adalah segala bentuk akibat dan konsekuensi logis yang lahir pasca-diimplementasikannya suatu kebijakan di tengah masyarakat.²⁹

Hadirnya sebuah dampak tentu tidak muncul secara instan, melainkan dipantik oleh serangkaian faktor fundamental yang saling berkelindan. Pertama, Implementasi Kebijakan atau Tindakan, di mana kemunculan sebuah dampak merupakan derivasi mutlak dari pelaksanaan suatu aturan atau keputusan, seperti kewajiban sertifikasi halal bagi pelaku usaha kuliner di sektor UMKM.³⁰ Kedua, Aktivitas Fisik dan Sosial, yang merujuk pada

²⁸ JE. Hosio, *Kebijakan Publik dan Desentralisasi*, (Yogyakarta:Laksbang, 2007). Hlm. 57

²⁹ M. Irfan Islamy, dikutip dalam Handayani Yunida, "Dampak Sosial Pembangunan Kolam Retensi Kelurahan Cimincrang Kecamatan Gedebage Kota Bandung" (Skripsi, Universitas Pasundan, 2023), hlm. 29.

³⁰ *Ibid.*, hlm. 29.

pemikiran Otto Soemarwoto bahwa terjadinya dampak sangat bergantung pada datangnya akibat dari suatu kegiatan nyata di lapangan.³¹ Kegiatan pendorong ini mencakup berbagai interaksi sosial serta aktivitas transaksi yang dijalankan oleh manusia dalam mengupayakan pemenuhan kebutuhan hidup mereka, termasuk di dalamnya aktivitas konsumsi di kawasan wisata.

Lebih lanjut, besaran serta arah perubahan yang terjadi sangat ditentukan oleh faktor sosiopsikologis dari pihak sasaran. Menurut kerangka teori Deddy Mulyana sebagaimana dielaborasi oleh Armylia Malimbe, dkk. (2021), respons terhadap dampak dipengaruhi oleh Faktor Internal, meliputi perasaan, karakteristik individu, minat, dan motivasi, serta Faktor Eksternal yang mencakup terpaan informasi, tingkat pengetahuan, hingga kebutuhan lingkungan di sekitarnya.³² Sinergi antara pelaksanaan kebijakan, dinamika aktivitas sosial, serta kondisi internal-eksternal inilah yang pada akhirnya mengonstruksi wujud nyata dari sebuah dampak terhadap perilaku konsumen.

Berdasarkan fondasi teoretis tersebut, kerangka berpikir ini akan dioperasionalkan untuk menganalisis problematika dalam penelitian ini secara objektif. Dalam perspektif Hukum Ekonomi Syariah, regulasi mengenai jaminan produk halal tidak hanya dipandang sebagai beban

³¹ Otto Soemarwoto, *Analisis Mengenai Dampak Lingkungan* (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2005), hlm. 37-45

³² Mulyana Deddy, *Ilmu komunikasi: suatu pengantar* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2000), hlm. 83.

administratif bagi pelaku usaha, melainkan harus diuji melalui implikasi praktisnya terhadap minat beli masyarakat. Oleh karena itu, teori dampak digunakan sebagai instrumen untuk membedah sejauh mana tingkat kepatuhan sertifikasi halal pada UMKM di Kawasan Malioboro memberikan pengaruh nyata terhadap perubahan minat beli konsumen. Melalui identifikasi faktor-faktor pendorong tersebut, diharapkan penelitian ini mampu memberikan jawaban analitis mengenai transformasi kesadaran hukum dan dampak ekonomi syariah yang terjadi di lokasi penelitian secara komprehensif.³³

F. Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Dalam penyusunan penelitian ini, penulis menggunakan metode sistematis sebagai berikut:

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penyusunan skripsi ini adalah penelitian lapangan (field research), yaitu penelitian yang dilakukan dengan cara terjun langsung ke lokasi penelitian untuk menggali data-data yang diperlukan terkait objek yang diteliti.³⁴ Lokasi penelitian ini bertempat di Kawasan Wisata Kuliner Malioboro, Yogyakarta. Penelitian ini bertujuan untuk memotret realitas kepatuhan hukum pelaku usaha

³³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2020), hlm. 60.

³⁴ *Ibid.*, hlm. 2

terhadap regulasi sertifikasi halal serta mengukur pengaruhnya terhadap perilaku konsumen secara riil di lapangan.

2. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif-analitis. Sifat deskriptif dimaksudkan untuk memberikan gambaran yang jelas dan sistematis mengenai fakta-fakta di lapangan terkait tingkat kepatuhan UMKM terhadap kewajiban sertifikasi halal dan tingkat minat beli konsumen.³⁵ Selanjutnya, data tersebut dianalisis secara mendalam menggunakan pisau analisis Hukum Ekonomi Syariah dan statistik untuk mengetahui hubungan kausalitas antar variabel serta tinjauan hukumnya.

3. Pendekatan Penelitian

Untuk menjawab permasalahan secara komprehensif, penelitian ini menggunakan pendekatan Yuridis-Empiris. Penjelasan Umum: Penelitian ini menggunakan Pendekatan Yuridis-Empiris (Sosiologi Hukum). Menurut Soerjono Soekanto, pendekatan yuridis empiris adalah penelitian hukum yang menganalisis pemberlakuan atau implementasi ketentuan hukum normatif secara langsung pada peristiwa hukum tertentu yang terjadi dalam masyarakat. Pendekatan ini tidak hanya melihat hukum sebagai seperangkat aturan perundang-undangan yang bersifat normatif (law in books), tetapi juga melihat bagaimana hukum tersebut berinteraksi, bekerja, dan memengaruhi perilaku masyarakat dalam kehidupan nyata

³⁵ Suharsimi Arikunto, “*Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*”, (Jakarta: Rineka Cipta, 2013), hlm. 3.

(law in action).³⁶

Dalam skripsi ini, pendekatan yuridis-empiris digunakan untuk menelaah efektivitas penerapan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 dan PP Nomor 42 Tahun 2024 di Kawasan Wisata Malioboro. Penulis akan mengkaji kesenjangan (gap) antara kewajiban normatif (kewajiban sertifikasi halal) dengan realitas empiris di lapangan (tingkat kepatuhan UMKM). Selain itu, pendekatan ini juga digunakan untuk melihat bagaimana regulasi tersebut direspons oleh masyarakat, yang tercermin dalam pola minat beli wisatawan terhadap produk kuliner yang telah atau belum bersertifikat halal.

4. Data dan Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini terbagi menjadi dua, yaitu:

- a. Data Primer: Merupakan data yang diperoleh langsung dari sumber pertama di lapangan. Sumber data primer dalam penelitian ini meliputi:
 - 1) Pelaku UMKM Kuliner di Kawasan Malioboro sebagai subjek hukum yang dikenai kewajiban sertifikasi. Jumlah Pelaku UMKM yang ditargetkan adalah 30.
 - 2) Konsumen UMKM di Malioboro sebagai subjek yang diukur minat belinya. Jumlah Konsumen yang ditargetkan berjumlah kurang lebih 100 orang.

³⁶ Soerjono Soekanto, Pokok-Pokok Sosiologi Hukum, (2012), hlm. 10-14.

- b. Data Sekunder: Merupakan data yang diperoleh dari dokumen-dokumen resmi, buku, dan hasil penelitian terdahulu yang relevan untuk melengkapi data primer. Data sekunder utama meliputi Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014,³⁷ Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2024,³⁸ serta literatur tentang Hukum Ekonomi Syariah dan Manajemen Pemasaran.

5. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang valid dan reliabel, penulis menggunakan teknik:

a. Kuesioner (Angket)

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), kuesioner adalah alat riset atau survei yang berisi serangkaian pertanyaan tertulis yang ditujukan kepada responden untuk mendapatkan tanggapan atau informasi tertentu.³⁹ Sejalan dengan definisi tersebut, Sugiyono menjelaskan bahwa kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti mengetahui dengan pasti variabel yang akan diukur, dan sangat tepat digunakan dalam penelitian kuantitatif untuk menguji hubungan antar variabel pada populasi yang besar.⁴⁰

³⁷ Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014

³⁸ Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2024

³⁹ Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, "Kuesioner," kbbi.web.id, Di akses pada tanggal 08 Desember 2025, <https://kbbi.web.id/kuesioner>.

⁴⁰ Sugiyono, "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D", (2020), hlm.142.

Berdasarkan landasan tersebut, instrumen ini digunakan dalam penelitian untuk mengumpulkan data dari wisatawan (konsumen) di Kawasan Malioboro. Kuesioner dirancang menggunakan Skala Likert untuk mengukur secara statistik seberapa besar pengaruh variabel Sertifikasi Halal terhadap variabel Minat Beli, sehingga hipotesis penelitian dapat diuji secara terukur.

b. Wawancara (Interview)

Wawancara didefinisikan sebagai kegiatan tanya jawab yang dilakukan oleh pewawancara kepada orang yang diwawancarai untuk dimintai keterangan atau pendapatnya mengenai suatu hal.⁴¹ Safwan menegaskan bahwa dalam penelitian ekonomi syariah, wawancara mendalam (in-depth interview) berfungsi untuk menggali praktik dan motivasi riil yang mendasari keputusan pelaku usaha UMKM yang sering kali tidak terlihat di permukaan.⁴²

Dalam konteks skripsi ini, wawancara mendalam dilakukan kepada pelaku UMKM kuliner di Malioboro untuk menggali data kualitatif mengenai hambatan kepatuhan hukum yang mereka hadapi serta pemahaman mereka terhadap prinsip Amanah dalam penyediaan produk halal, yang tidak dapat ditangkap sepenuhnya oleh kuesioner.

c. Observasi

⁴¹ Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, "Wawancara," [kbbi.web.id](https://kbbi.web.id/wawancara), Di akses pada tanggal 08 Desember 2025, <https://kbbi.web.id/wawancara>.

⁴² Safwan, "Analisis Implementasi Akad-Akad Syariah dalam Transaksi Bisnis UMKM terhadap Keberlanjutan Usaha," *Jurnal Riset Hukum, Ekonomi Islam, Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi* 4, no. 2 (2025). hlm. 92.

Observasi diartikan sebagai peninjauan secara cermat dan sistematis terhadap gejala atau fenomena yang menjadi objek penelitian.⁴³ Teknik ini diperkuat oleh pendapat Susetyohadi dkk., yang menggunakan observasi lapangan untuk memverifikasi kesesuaian antara klaim pelaku usaha dengan implementasi standar jaminan halal dan kebersihan produk secara nyata.⁴⁴

Oleh karena itu, peneliti terjun langsung ke lokasi Teras Malioboro untuk melakukan pengamatan visual terhadap gerai-gerai kuliner. Fokus observasi meliputi keberadaan atribut logo halal resmi, kondisi sanitasi, serta pemisahan alat masak, guna mendapatkan bukti empiris mengenai tingkat kepatuhan regulasi di lapangan.

d. Dokumentasi

Dokumentasi adalah proses pengumpulan, pemilihan, pengolahan, dan penyimpanan informasi dalam bidang pengetahuan, atau bahan keterangan berupa rekaman suara, gambar, atau tulisan.⁴⁵ Menurut Hari Santoso Wibowo dkk., dokumentasi menjadi teknik vital dalam studi kepatuhan regulasi untuk menghimpun data sekunder yang menjadi dasar hukum dan statistik penelitian.⁴⁶

⁴³ Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, "Observasi", [kbbi.web.id](https://kbbi.web.id/observasi), Di akses pada tanggal 08 Desember 2025, <https://kbbi.web.id/observasi>.

⁴⁴ Agus Susetyohadi dkk., "Pengaruh Sertifikasi Halal Terhadap Kesetiaan Konsumen Pada Produk Makanan dan Minuman," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 7, no. 1 (2021). hlm. 120.

⁴⁵ Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, "Dokumentasi", [kbbi.web.id](https://kbbi.web.id/dokumentasi), Di akses pada tanggal 08 Desember 2025, <https://kbbi.web.id/dokumentasi>.

⁴⁶ Hari Santoso Wibowo dkk., "Pengaruh Sertifikasi Halal, Religiusitas, dan Halal Awareness terhadap Minat Beli Konsumen UMKM," *AL-IQTISHOD: Jurnal Pemikiran dan*

Teknik ini digunakan untuk mengumpulkan bukti-bukti otentik berupa naskah resmi UU Nomor 33 Tahun 2014 dan PP Nomor 42 Tahun 2024, foto kondisi lapak pedagang, serta salinan sertifikat halal dari UMKM yang telah patuh, sebagai data pendukung yang memperkuat analisis.

6. Teknik Analisis Data

Mengingat penelitian ini menggunakan data kualitatif dan kuantitatif, teknik analisis data dilakukan dengan metode campuran (Mixed Method):

a. Analisis Kuantitatif

Pendekatan kuantitatif digunakan untuk mengolah data numerik yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada konsumen UMKM kuliner di Malioboro. Menurut Sugiyono, analisis kuantitatif adalah kegiatan pengolahan data menggunakan metode statistik yang bertujuan untuk menguji hipotesis dan menemukan hubungan antar variabel secara terukur dan objektif.⁴⁷

Dalam konteks ini, analisis kuantitatif dilakukan dalam dua fokus: pertama, menggunakan uji statistik (seperti regresi) untuk mengukur dampak signifikan variabel Kepatuhan Sertifikasi Halal (yang tercermin pada UMKM) terhadap Minat Beli konsumen. Kedua, data Minat Beli ini dapat dibandingkan dengan data hasil penelitian terdahulu (sebelum munculnya UU No. 33 Tahun 2014) untuk melihat

Penelitian Ekonomi Islam 13, no. 1 (2025). hlm. 10.

⁴⁷ Sugiyono, "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D", (2020), hlm. 147.

pergeseran perilaku konsumen setelah adanya regulasi Jaminan Produk Halal (JPH). Perbandingan ini memperkuat justifikasi keberlakuan hukum produk halal dalam konteks ekonomi pasar.

b. Analisis Kualitatif

pendekatan kualitatif berfungsi untuk memberikan interpretasi mendalam terhadap data non-angka yang diperoleh dari wawancara dan observasi lapangan. Miles, Huberman, dan Saldana menjelaskan bahwa analisis data kualitatif dilakukan melalui alur yang interaktif, meliputi kondensasi data (data condensation), penyajian data (data display), dan penarikan kesimpulan (conclusion drawing/verification), yang menghasilkan pemahaman komprehensif.⁴⁸

Metode ini diterapkan untuk menganalisis secara induktif fakta-fakta di lapangan terkait alasan UMKM patuh/tidak patuh terhadap regulasi JPH. Hasil analisis ini kemudian dikaji kesesuaiannya dengan kerangka Hukum Ekonomi Syariah (HES), khususnya prinsip Masalahah (kemaslahatan umum) dan Amanah (transparansi dan kejujuran usaha), untuk menentukan apakah praktik ekonomi yang terjadi di kawasan Malioboro telah memenuhi tuntutan etika dan hukum Islam serta memberikan perlindungan konsumen yang adil.

G. Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudah pemahaman dan penelaahan terhadap skripsi ini, maka

⁴⁸ Matthew B. Miles, A. Michael Huberman, dan Johnny Saldana, "Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook", *edisi ke-3* (USA: Sage Publications, 2014), hlm. 12-14.

penulis menyusun sistematika pembahasan yang terdiri dari lima bab, yaitu:

Bab Pertama ini merupakan landasan dasar penelitian yang menguraikan latar belakang masalah mengenai urgensi kepatuhan sertifikasi halal di Malioboro, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, telaah pustaka, kerangka teoritik, metode penelitian yang digunakan, serta sistematika pembahasan.

Bab Kedua ini secara sistematis mengurai Teori Dampak menurut J.E. Hosio sebagai instrumen untuk mengukur manifestasi nyata perubahan perilaku subjek hukum, yang diintegrasikan dengan Teori Minat Beli dari Philip Kotler dan Kevin Lane Keller guna meninjau dinamika preferensi konsumen. Selain itu, digunakan pula Teori Kepatuhan Hukum dari Soerjono Soekanto sebagai dasar untuk menganalisis derajat ketaatan serta kesadaran hukum pelaku UMKM di Kawasan Malioboro terhadap kewajiban sertifikasi halal.

Bab Ketiga memaparkan gambaran umum objek penelitian yang mencakup sejarah, profil geografis, serta kondisi demografis Kawasan Malioboro. Selanjutnya, bab ini menguraikan profil pelaku UMKM kuliner yang menjadi subjek penelitian beserta tinjauan umum mengenai regulasi sertifikasi halal berdasarkan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 dan Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2024. Penjelasan diakhiri dengan pemaparan data empiris mengenai status implementasi sertifikasi halal pada pelaku usaha di lokasi penelitian sebagai dasar analisis pada bab selanjutnya.

Bab Keempat merupakan bab yang menyajikan hasil penelitian dan pembahasan secara komprehensif. Bab ini menguraikan analisis pengaruh sertifikasi halal terhadap minat beli konsumen melalui pengujian instrumen (uji

validitas dan reliabilitas) serta analisis regresi linear sederhana. Selanjutnya, bab ini membedah realitas praktik dan tingkat kepatuhan hukum pelaku UMKM di lapangan, yang bermuara pada tinjauan implikasi dampak kebijakan terhadap dinamika perilaku konsumen di kawasan Malioboro.

Bab Kelima berisi kesimpulan yang menjawab rumusan masalah secara ringkas dan jelas, serta saran-saran rekomendatif yang ditujukan kepada pelaku UMKM, pemerintah (BPJPH/Pemda), dan akademisi untuk perbaikan ekosistem halal di masa depan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian metode campuran (*mixed methods*) mengenai implikasi produk bersertifikasi halal terhadap minat beli masyarakat di kawasan wisata Malioboro, serta analisis mendalam terhadap realitas kepatuhan hukum pelaku UMKM di lapangan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Realitas Kepatuhan Hukum Pelaku Usaha Kuliner di Kawasan Malioboro menunjukkan adanya disparitas sosiologis yang signifikan antara data kuantitatif-makro kawasan dengan potret kualitatif-mikro di lapangan. Secara administratif-makro, akumulasi kepatuhan sertifikasi halal di Kawasan Malioboro menyentuh angka yang sangat impresif, yaitu 98,88% (1.853 dari 1.874 unit usaha). Namun, angka di atas kertas ini merupakan cerminan dari intervensi kolektif Pemerintah Daerah terhadap pelaku usaha yang terorganisir di dalam fasilitas binaan (Teras Malioboro 1 dan 2). Sebaliknya, secara mikro-kualitatif melalui pisau analisis indikator Soerjono Soekanto pada sektor mandiri (pedagang selasar), terjadi degradasi linier kesadaran hukum (Pengetahuan: 21 UMKM, Pemahaman: 25 UMKM, Sikap: 23 UMKM, dan Perilaku Nyata: 14 UMKM). Hambatan utama ketidakpatuhan ini bersumber dari logika penyederhanaan pedagang yang menganggap kehalalan produk otomatis terjamin jika pasokan bahan baku dari hulu sudah aman, persepsi psikologis terhadap kerumitan

birokrasi, serta adanya titik ketidaktahuan (*ignorance*) pelaku usaha mikro (seperti pada Ayam Geprek DBC) yang menganggap legalitas formal belum memberikan insentif ekonomi langsung bagi pasar domestik.

2. Pengaruh Signifikan Sertifikasi Halal terhadap Minat Beli

Secara kuantitatif, hasil uji regresi linear sederhana membuktikan bahwa keberadaan dan visibilitas sertifikasi halal memberikan pengaruh positif yang sangat signifikan, yakni sebesar 91,8%, terhadap minat beli konsumen di Kawasan Malioboro. Tingginya angka determinasi ini membuktikan adanya pergeseran perilaku konsumen yang masif. Logo halal telah bertransformasi dari sekadar atribut pelengkap menjadi instrumen pemenuh kebutuhan rasa aman (*safety needs*) yang mutlak. Kebijakan sertifikasi halal secara nyata telah memberikan dampak perubahan tingkah laku pada wisatawan, di mana mereka menjadi lebih kritis dan menjadikan label resmi BPJPH sebagai standar kepastian sebelum memutuskan untuk bertransaksi.

3. Dampak Psikologis Keberadaan Label Halal Terhadap Minat Beli Konsumen

di Kawasan Malioboro memiliki kontribusi yang sangat kuat dan dominan sebesar 91,8% berdasarkan visualisasi nilai Koefisien Determinasi (R^2) melalui olah data SPSS. Secara psikologis, besarnya angka pengaruh ini menegaskan bahwa label halal bukan lagi sekadar pelengkap administratif keagamaan, melainkan telah bertransformasi menjadi instrumen pemenuh kebutuhan rasa aman (*safety needs*) dan pengurang risiko (*risk reducer*) bagi wisatawan Muslim di ruang publik. Mengacu pada teori dampak kebijakan

J.E. Hosio, manifestasi psikologis ini mengejawantah ke dalam tiga dimensi perilaku: dampak kognitif-afektif berupa stimulasi keinginan membeli dan preferensi absolut untuk memilih gerai bersertifikat formal meskipun jenis kulinerinya sama (butir kuesioner nomor 8 dan 9); kepastian psikologis yang meruntuhkan keraguan (*syubhat*) sehingga melahirkan tindakan pembelian ulang (repeat order) secara konsisten (butir kuesioner nomor 10); serta dampak konatif berupa kesediaan sosial konsumen untuk merekomendasikan destinasi kuliner tersebut secara sukarela kepada jaringan komunal mereka (butir kuesioner nomor 11).

B. Saran

Berpijak pada kesimpulan di atas, peneliti merumuskan beberapa saran konstruktif yang diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pihak-pihak terkait, antara lain:

1. Bagi Pelaku UMKM di Kawasan Malioboro

Diharapkan pelaku usaha, khususnya di sektor pedagang kaki lima (PKL), mulai mengubah paradigma bahwa sertifikasi halal adalah birokrasi yang menyulitkan. Sertifikasi halal harus dipandang sebagai investasi strategis yang terbukti secara empiris mampu

melonjukkan minat beli dan memperluas jangkauan pasar. Pelaku UMKM disarankan untuk lebih proaktif mencari informasi dan memanfaatkan fasilitas Sertifikasi Halal Gratis (SEHATI) melalui jalur Self Declare agar produk yang dijual memiliki daya saing yang setara dengan produk dari entitas bisnis permanen.

2. Bagi Pemerintah (BPJPH, Kemenag, dan Pemerintah Daerah DIY)

Diperlukan strategi sosialisasi hukum yang lebih "membumi" dan berbasis kultural, tidak sekadar pendekatan administratif formal. Mengingat kawasan Malioboro adalah etalase pariwisata nasional, pemerintah daerah melalui dinas terkait disarankan untuk memberikan program pendampingan sertifikasi halal secara kolektif dengan sistem "*jemput bola*". Program ini harus dikhususkan bagi paguyuban pedagang kaki lima di sepanjang koridor Malioboro guna meminimalisir asimetri informasi dan memecahkan persoalan ketidaktahuan hukum di lapangan.

3. Bagi Konsumen (Masyarakat dan Wisatawan)

Mengingat kontribusi masif aspek psikologis label halal terhadap minat beli (91,8%), konsumen Muslim di Kawasan Malioboro diimbau untuk meningkatkan kesadaran konsumsi kritis (*critical consumerism*) dan sikap kehati-hatian (ikhtiyat) dengan secara cermat memperhatikan identitas visual serta terminologi pada papan nama gerai guna mengidentifikasi istilah spesifik yang berpotensi mengarah pada penggunaan komoditas non-halal—seperti babi, anjing, kucing, atau tikus—yang diharamkan dalam syariat Islam. Di samping itu, konsumen diharapkan lebih proaktif dalam

memastikan keberadaan logo halal resmi atau melakukan konfirmasi langsung kepada pedagang terkait asal-usul pasokan bahan bakunya apabila gerai belum bersertifikat, sebagai langkah preventif untuk meminimalkan risiko konsumsi produk yang bersifat samar (*syubhat*) demi menjaga ketenteraman batiniah dan jasmaniah di kawasan pariwisata lintas budaya tersebut.

4. Bagi Akademisi dan Peneliti Selanjutnya

Mengingat penelitian ini memusatkan fokus pada koridor utama Malioboro dengan analisis dampak kebijakan, peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan variabel penelitian. Penelitian ke depan dapat membedah tingkat efektivitas dan kendala teknis secara spesifik pada skema pengajuan halal Self Declare. Selain itu, sangat direkomendasikan untuk melakukan komparasi antara kawasan wisata Malioboro dengan destinasi wisata unggulan di daerah lain untuk memetakan tren kepatuhan hukum dan perilaku konsumen secara lebih komprehensif di tingkat nasional.

DAFTAR PUSTAKA

A. Hukum

- Rohman, Abdul, Hukum dan Ekonomi Syariah: Kepatuhan Pelaku Usaha Mikro, Semarang: Pustaka Magister, 2022
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta, 2013.
- Satjipto Rahardjo, *Ilmu Hukum*, Bandung: Citra Aditya Bakti, 2014
- Ferdinand, Augusty. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2006.
- Hosio, J E. *Kebijakan Publik Dan Desentralisasi*. Yogyakarta: Laksbang, 2007.
- Agung, Irfan, *Sosiologi Hukum dan Budaya Pedagang Informal*, Surabaya: Bina Ilmu, 2023.
- Jujun, Junaedi. *Laporan Karya Tulis: Keberagaman Bahasa Di Malioboro*. Pandeglang: SMP Negeri 1 Panimbang, 2024.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. *Marketing Management*. Edisi ke-13. New Jersey: Pearson Prentice Hall, 2009.
- Khairunnisa, In. *Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM)*. Padang: PT Global Eksekutif Teknologi, 2022.
- Koeswinarno. *Sertifikasi Halal: Yes or No*. Jakarta: Litbangdiklat Press, 2020.
- Miles, Matthew B., A. Michael Huberman, dan Johnny Saldana. *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*. Edisi ke-3. USA: Sage Publications, 2014.

- Soekanto, Soerjono. *Pengantar Penelitian Hukum*. Jakarta: UI Press, 2007
- Soekanto, Soerjono *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penegakan Hukum*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2008
- Stanton, William J. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Terjemahan oleh Y. Lamarto. Jakarta: Erlangga, 2004.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2020.
- Soekanto, Soerjono. *Pokok-Pokok Sosiologi Hukum*. Jakarta: Rajawali Pers, 2012.
- Sujarweni, Wiratna. *Metodologi Penelitian: Bisnis Dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015.
- Zulfansyah, G Mamonto. “Urgensi Sertifikasi Halal Bagi Pelaku Usaha.” IAIN Manado, 2025.

B. Peraturan Perundang-undangan

- Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 295, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5604.
- Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2024 tentang Penyelenggaraan Bidang Jaminan Produk Halal. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2024 Nomor 229, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6998.
- Peraturan Daerah Daerah Istimewa Yogyakarta Nomor 5 Tahun 2014 tentang Pelayanan Publik.
- Peraturan Daerah Daerah Istimewa Yogyakarta Nomor 9 Tahun 2017 tentang

Pemberdayaan dan Perlindungan Industri Kreatif, Koperasi, dan Usaha Kecil

C. Jurnal

Abdillah, Alisyia Afifah Maulidina Putri, dan Baidhowi. "Prinsip Dasar Hukum

Ekonomi Syariah: Antara Keadilan dan Profitabilitas." *Jurnal Multidisiplin Ilmu Akademik*, Vol. 2, No. 2 (2025).

Afifah, Nada, Al Haq Kamal, Rusny Istiqomah Sujono, dan Ahmad Yunadi.

"Pengaruh Sertifikasi Halal Self Declare, Branding, Kreativitas Produk Terhadap Keberhasilan Usaha Kuliner di Teras Malioboro Yogyakarta." *JIEL: Journal of Islamic Economic and Law*, Vol. 2, No. 2 (2025).

Aliya, Firda Rizki, Al Haq Kamal, Baiq Ismiati, dan Febrian Wahyu Wibowo.

"Pengaruh Budaya, Kualitas Produk, Halal Knowledge, Halal Awareness, dan Halal Certification terhadap Repurchase Decisions Produk Makanan Cepat Saji Impor (Studi Kasus Pada Masyarakat di Daerah Malioboro)." *Jurnal Multidisiplin Inovatif*, Vol. 9, No. 2 (2025).

A'yuni, Diah Syifaul, Sundari, dan Rahma Sandhi Prahara. "Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Minat Beli Masyarakat Muslim Mojokerto."

Al-Mada: Jurnal Agama, Sosial, dan Budaya, Vol. 5, No. 1 (2022).

Ahda, Syadid Hikam. "Implementasi Sertifikasi Halal Terhadap Produk Makanan UMKM." UIN KHAS Jember, 2024.

Ahmad, Syahir, Hasan Ahmadi, and Umar Masyithah. "Kepatuhan Terhadap Hukum (Sebuah Perspektif Filsafat Hukum)." *Indonesian Journal of Islamic Jurisprudence, Economic and Legal Theory* 1, no. 4 (2023): 930.

- Alfarizi, Muhammad. "Peran Sertifikasi Halal Dan Kepatuhan Praktik Halal Terhadap Kinerja Bisnis Berkelanjutan." *Harmoni* 22, no. 1 (2023): 100.
- Alma, Aprilistya, Charisma Azhari Vietra, and Ayu Pramesti Chintya. "Dampak Media Sosial Terhadap Penurunan Nilai Moral Dan Etika Generasi Muda." *Indigenous Knowledge* 2, no. 2 (2023).
- Amanda, and Rachman Rsoyidah. "Pengaruh Sertifikat Halal Terhadap Penghasilan Pelaku UMKM." *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 13, no. 3 (2025): 468.
- Arbanur, Rasyid. *Sertifikasi Halal: Fatwa MUI Dan Kaitannya Dengan Kesadaran Hukum Di Masyarakat*. Sukabumi: Haura Utama, 2020.
- Fauziah, Mahmudah Nur. "Dari Jalan Kerajaan Menjadi Jalan Pertokoan Kolonial: Malioboro 1756-1941." *Lembaran Sejarah* 14, no. 2 (2018): 171.
- Hayyun, Durrotul Faridah. "Sertifikasi Halal Di Indonesia: Sejarah, Perkembangan, Dan Implementasi." *Journal of Halal Product and Research* 2, no. 2 (2019): 68.
- Isnilu, Sepria Azis, Zakaria Askari, and Novita. "Dampak Eksistensi Sertifikasi Halal Pada Keunggulan Kompetitif UMKM." *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis* 2, no. 1 (2024).
- Mochtar, Milly Millenia Istiqomah, Silvya L Mandey, and Jessy J Pondaag. "Pengaruh Media Sosial, Metode Pembayaran, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli." *Jurnal EMBA* 10, no. 4 (2022): 1810.
- Purnomo, Irfan Agung. "The Impact of Halal Certification for MSME Business:

- A Systematic Literature Review." *Asian Journal of Economics and Business Management*, Vol. 2, No. 2 (2023).
- Rais, Amin. "Analisis Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Kehalalan Produk Makanan Online Tanpa Sertifikat Halal MUI." *Justisia Ekonomika* 7, no. 2 (2023): 815.
- Rijalul, Khaer. "Pengaruh Sertifikasi Halal Terhadap Kualitas Produk Dan Daya Saing UMKM." *ACITYA* 4, no. 2 (2025): 20.
- Safwan. "Analisis Implementasi Akad-Akad Syariah dalam Transaksi Bisnis UMKM terhadap Keberlanjutan Usaha: Studi Kasus UMKM Kota Sigli." *HEI EMA: Jurnal Riset Hukum, Ekonomi Islam, Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, Vol. 4, No. 2 (2025).
- Sukesti, F., dan M. B. Mamdukh. "The Influence Halal Label And Personal Religiosity On Purchase Decision On Food Products In Indonesia." *International Journal of Business, Economics and Law*, Vol. 1, No. 4 (2014).
- Sukmawan, Sony. "Menjaga Asa UMKM Dan Kebangkitan Kuliner Lokal." *Jurnal Gramaswara* 4, no. 1 (2024): 83.
- Sunaryo. "Pembangunan Hukum Ekonomi Indonesia Dalam Era Globalisasi." *Jurnal Rechts Vinding: Media Pembinaan Hukum Nasional*, Vol. 3, No. 1 (2025).
- Susetyohadi, Agus, Mufti Alam Adha, Afrilia Dwi Utami, dan Dwi Esti Sekar Rini. "Pengaruh Sertifikasi Halal Terhadap Kesetiaan Konsumen Pada Produk Makanan dan Minuman." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, Vol. 7,

No. 1 (2021).

Syari, Amellya Yunita, Hanna Albinia Imtinan, Gina Mutiara Yasmin, dan Fadhli Suko Wiryanto. "Peran sertifikasi halal pada UMKM dalam memperkuat ekonomi syariah di Indonesia." *Journal of Halal Industry Studies*, Vol. 4, No. 1 (2025).

Wibowo, Hari Santoso, Rianda Atmaja, Isa Saleh, dan Diki Taufikkurrohman. "Pengaruh Sertifikasi Halal, Religiusitas, dan Halal Awareness terhadap Minat Beli Konsumen UMKM." *AL-IQTISHOD: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Ekonomi Islam*, Vol. 13, No. 1 (2025).

Zulfansyah Mamonto, "Tinjauan Yuridis Terhadap Urgensi Sertifikasi Halal Bagi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Dalam Rangka Perlindungan Konsumen Di Indonesia", *Jurnal Hukum Unpar*, Vol. 3, No. 2, (2022)

D. Data Elektronik

Agmasari, Silvita. "Sektor Kuliner Penyumbang Terbesar PDB Ekonomi Kreatif Indonesia." Diakses Pada 08 Desember 2025.
<https://www.kompas.com/food/read/2021/08/11/210300375/sektor-kuliner-penyumbang-terbesar-pdb-ekonomi-kreatif-indonesia>.

Aceh, Bea Cukai. "Manfaat Sertifikat Halal," April 12, 2026.
<https://kanwilaceh.beacukai.go.id/mandatory/sertifikat-halal.html>.

Astra, TRAC. "Berburu Oleh-Oleh Khas Yogyakarta Di Teras Malioboro." [trac.astra.co.id](https://www.trac.astra.co.id), April 12, 2026.
<https://www.trac.astra.co.id/blog/travel/berburu-oleh-oleh-khas-yogyakarta-di-teras-malioboro/795>.

BPJPH, "Kepala BPJPH: Urus Sertifikasi Halal itu Mudah, Begini Caranya",
 bpjph.halal.go.id, Diakses pada Mei 13 2026,
<https://bpjph.halal.go.id/detail/kepala-bpjph-urus-sertifikasi-halal-itu-mudah-begini-caranya>.

Badan Pusat Statistik Kabupaten Kulon Progo, "Pertumbuhan Ekonomi DIY
 Triwulan III 2024", kulonprogokab.bps.go.id, Mei 15 2026,
<https://kulonprogokab.bps.go.id/id/pressrelease/2024/12/11/844/pertumbuhan-ekonomi-diy-triwulan-iii-2024.html>

DIY, Bapperida. "Jumlah UMKM Berdasarkan Wilayah."
 bapperida.jogjaprov.go.id, March 17, 2026.
https://bapperida.jogjaprov.go.id/dataku/data_dasar/cetak/107-umkm.

Firmanda, Septiawan. "Sejarah Kota Yogyakarta Dan Peran Malioboro,"
 April 12, 2026. <https://www.indonesiana.id/read/161165/sejarah-kota-yogyakarta-dan-peran-malioboro-sebagai-salah-satu-kemajuan-ekonomi-dan-pariwisata>.

Gudeg.net. "Kawasan Malioboro Yogyakarta," April 12, 2026.
<https://www.gudeg.net/direktori/1492/kawasan-malioboro-yogyakarta.html>.

Indonesiyes. "Bentuk Kepedulian, Grand Inna Malioboro Dukung Kegiatan
 UMKM Yogyakarta." indonesiyes.com, April 12, 2026.
<https://indonesiyes.com/2021/11/05/bentuk-kepedulian-grand-inna-malioboro-dukung-kegiatan-umkm-yogyakarta/>.

Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa. "Dokumentasi." Diakses Pada

08 Desember 2025. <https://kbbi.web.id/dokumentasi>.

Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa. "Kuesioner." Diakses Pada 08 Desember 2025. <https://kbbi.web.id/kuesioner>.

Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa. "Observasi." Diakses Pada 8 Desember 2025. <https://kbbi.web.id/observasi>.

Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa. "Wawancara." Diakses Pada 08 Desember 2025. <https://kbbi.web.id/wawancara>.

Badan Pusat Statistik Provinsi D.I. Yogyakarta, Laporan Perekonomian DIY Triwulan III-2024, Kulonprogo:BPS Kulon Progo, 11 Desember 2024.

Badan Pusat Statistik Provinsi D.I. Yogyakarta. Berita Resmi Statistik: Pertumbuhan Ekonomi DIY Triwulan III-2024, No. 71/11/34/Th. XXVI. Yogyakarta: BPS DIY, 5 November 2024.

Bayu Anggara, "Fasilitasi Sertifikasi Halal Gencar Dilaksanakan", Diakses Pada 14 Mei 2026, <https://terasmalıoboro.jogjaprov.go.id/2022/11/22/fasilitasi-sertifikasi-halal-gencar-dilaksanakan/>.

CrescentRating, Bank Indonesia, dan Perkumpulan Pariwisata halal Indonesia, *Indonesia Muslim Travel Index (IMTI) 2023*, Jakarta, 2023.

Dinas Koperasi dan UKM DIY, "Pemda DIY Buka Fasilitasi Sertifikasi Halal Gratis 2026 untuk UMKM", Diakses Pada 13 Mei 2026, <https://sibakuljogja.jogjaprov.go.id/>.

Hukumonline.com. "Kepatuhan Hukum dan Solusinya." Diakses Pada 18 Juni 2025. <https://rcs.hukumonline.com/insights/kepatuhan-hukum-dan->

[solusinya](#)

Imam Ali Liaqat. "State of the Global Islamic Economy Report 2023/24."

Diakses Pada 08 Desember 2025.

<https://www.dinarstandard.com/post/state-of-the-global-islamic-economy-report-2023>

Info UMKM Indonesia, "Pemda DIY Buka Fasilitas Sertifikasi Halal Gratis

2026 untuk UMKM, Pendaftaran Self Declare dan Reguler Mulai

Dibuka", Diakses pada 13 Mei 2026,

<https://www.facebook.com/infoumkmindonesiacom/posts/pemda-diy-buka-fasilitas-sertifikasi-halal-gratis-2026-untuk-umkm-pendaftaran-s/1232820035676192/>.

Jogjaprov, "Pedagang Tempati TM Baru, Proses Penataan Sudah Lama

Direncanakan", Diakses Pada 14 Mei 2026,

<https://jogjaprov.go.id/berita/detail-berita/1034-pedagang-tempati-tm-baru-proses-penataan-sudah-lama-direncanakan>.

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Laporan Akuntabilitas Kinerja Instansi Pemerintah (LAKIP) Kemenparekraf, Jakarta, 2024.

Malioboro, Teras. "About Us.", Diakses Pada April 12, 2026.

<https://teras malioboro.jogjaprov.go.id/about/>.

Fx Bayu Anggara. "Sejarah Jalan Malioboro," Diakses Pada April 12, 2026.

<https://teras malioboro.jogjaprov.go.id/2022/08/11/sejarah-jalan-malioboro/>.

Muhammad, Abdul Rohman. "Pengertian R Tabel Dan Penggunaannya

Untuk Uji Validitas,” Diakses Pada April 12, 2026.
<https://sekolahstata.com/r-tabel//r-tabel/>.

MUI, Halal. “Apa Manfaat Sertifikasi Halal Bagi Pemerintah, Pelaku Usaha, Dan Masyarakat,” Diakses Pada April 12, 2026.
<https://halalmui.org/apa-manfaat-sertifikasi-halal-bagi-pemerintah-pelaku-usaha-dan-masyarakat/>.

Riza Fatmahira, “Pemberdayaan Pedagang Kaki Lima di Yogyakarta Lewat Teras Malioboro Sebagai Wujud Peningkatan dan Pengembangan UMKM”, Diakses Pada 14 Mei 2026,
<https://www.kompasiana.com/rizafatmahira1592/665bf0da34777c507a428412/pemberdayaan-pedagang-kaki-lima-di-yogyakarta-lewat-teras-malioboro-sebagai-wujud-peningkatan-dan-pengembangan-umkm>

Silvana, Febiari. “Sejarah Panjang Malioboro, Dari Jalan Keraton Hingga Diakui Dunia,” April 12, 2026.
<https://www.metrotvnews.com/read/N0BC1yX7-sejarah-panjang-malioboro-dari-jalan-keraton-hingga-diakui-dunia>.

Wikipedia. “Jalan Malioboro,” Diakses Pada April 12, 2026.
https://id.wikipedia.org/wiki/Jalan_Malioboro.

Yogyakarta, Pemerintah Daerah Daerah Istimewa. “Malioboro.”, Diakses Pada April 12, 2026. <https://jogjaprov.go.id/budaya/detail-budaya/170/774>.