

Analisis Peran Sertifikat Halal Terhadap Minat Beli Pada Produk Umkm Di Kecamatan Way Serdang

Azka Wani'mah

Prodi Management Retail S1, Institut Teknologi dan Bisnis Mesuji

azkawanikmah@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran sertifikat halal terhadap minat beli konsumen pada produk UMKM di Kecamatan Way Serdang. Sertifikat halal merupakan salah satu bentuk jaminan kualitas dan kehalalan produk yang diyakini dapat meningkatkan kepercayaan konsumen, khususnya pada masyarakat muslim. Namun demikian, masih terdapat UMKM yang belum memiliki sertifikat halal sehingga diperlukan analisis lebih lanjut mengenai pengaruhnya terhadap minat beli.

Penelitian ini menggunakan metode campuran (mixed method) dengan desain explanatory sequential, yaitu diawali dengan pendekatan kuantitatif melalui penyebaran kuesioner kepada konsumen, kemudian dilanjutkan dengan pendekatan kualitatif melalui wawancara kepada pelaku UMKM yang telah dan belum memiliki sertifikat halal. Teknik analisis data kuantitatif dilakukan dengan uji statistik untuk mengetahui pengaruh sertifikat halal terhadap minat beli, sedangkan data kualitatif dianalisis secara deskriptif untuk memperkuat hasil kuantitatif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sertifikat halal memiliki peran positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen. UMKM yang telah memiliki sertifikat halal cenderung memiliki tingkat kepercayaan dan minat beli yang lebih tinggi dibandingkan UMKM yang belum bersertifikat halal. Temuan kualitatif juga menunjukkan bahwa sertifikat halal meningkatkan citra usaha, memperluas pasar, serta memberikan rasa aman bagi konsumen.

Kata Kunci: Sertifikat Halal, Minat Beli.

Abstract

This study aims to analyze the role of halal certification on consumer purchase intention toward MSME products in Way Serdang District. Halal certification serves as a form of quality assurance and product compliance with Islamic law, which is believed to increase consumer trust, especially among Muslim consumers. However, there are still MSMEs that have not obtained halal certification, making it necessary to examine its influence on purchase intention.

This research employs a mixed-method approach using an explanatory sequential design. The study begins with a quantitative approach through the distribution of questionnaires to consumers, followed by a qualitative approach through interviews with MSME owners who have and have not obtained halal certification. Quantitative data were analyzed using statistical tests to determine the effect of halal certification on purchase intention, while qualitative data were analyzed descriptively to strengthen and explain the quantitative findings.

The results indicate that halal certification has a positive and significant role in influencing consumer purchase intention. MSMEs that possess halal certification tend to have higher levels of consumer trust and purchase intention compared to those without certification. Qualitative findings also reveal that halal certification enhances business image, expands market opportunities, and provides a sense of security for consumers.

Keywords: Halal Certification, Purchase Intention.

Analisis Peran Sertifikat Halal Terhadap Minat Beli Pada Produk Umkm Di Kecamatan Way Serdang

PENDAHULUAN

Sebagian besar penduduk Indonesia beragama Islam sehingga kebutuhan terhadap produk halal menjadi sangat tinggi. Kondisi tersebut memberikan peluang bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk memproduksi dan memasarkan produk yang memiliki jaminan kehalalan. UMKM merupakan sektor usaha dengan skala kecil hingga menengah yang umumnya memiliki jumlah tenaga kerja terbatas, aset yang relatif kecil, serta volume penjualan yang tidak terlalu besar. Meskipun demikian, UMKM memiliki peran penting dalam perekonomian karena mampu menciptakan lapangan kerja, mendorong pertumbuhan ekonomi, serta meningkatkan pendapatan masyarakat (Aliyani, 2020).

Menurut Warkum Sumitro yang dikutip oleh Yuppy Triwidatin (2022), UMKM merupakan usaha yang dijalankan oleh perusahaan dengan jumlah karyawan tidak lebih dari lima puluh orang. UMKM biasanya bergerak di berbagai sektor seperti perdagangan, jasa, manufaktur, maupun pertanian. Sebagian besar usaha ini dimiliki dan dikelola oleh individu atau kelompok kecil dengan modal yang terbatas. Meskipun memiliki keterbatasan sumber daya, UMKM memiliki kontribusi yang cukup besar dalam meningkatkan pemberdayaan ekonomi masyarakat, terutama di wilayah pedesaan maupun daerah yang tingkat perkembangan ekonominya masih relatif rendah.

Pada tahun 2023, usaha mikro mendominasi sektor UMKM di Provinsi Lampung dengan kontribusi sebesar 99,5% (490.521), diikuti usaha kecil (2.202) dan usaha menengah (263). Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas pelaku usaha di sektor tersebut masih berada pada skala mikro. Usaha mikro merupakan usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro, seperti modal usaha < 1M dan hasil penjualan < 2M Rupiah, berdasarkan pada PP Nomor 7 Tahun 2021 (BPS Provinsi Lampung, 2023).

Pemerintah daerah menyadari pentingnya keberadaan UMKM, sehingga berbagai kebijakan telah diluncurkan untuk memperkuat daya saingnya. Salah satunya adalah program sertifikasi halal gratis untuk produk UMKM makanan dan minuman pada tahun 2025. Program ini bukan hanya bertujuan memberikan legalitas kehalalan produk, tetapi juga diharapkan mampu menjadi strategi promosi yang efektif agar produk UMKM bisa lebih diterima di pasar nasional bahkan global.

Sertifikat Halal adalah pengakuan produk halal yang dikeluarkan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal berdasarkan fatwa tertulis Majelis Ulama Indonesia. Sertifikasi halal memberikan pengesahan bahwa perusahaan yang memproduksi makanan dan minuman telah mematuhi peraturan dan standar yang telah ditetapkan oleh hukum. Ini mencakup berbagai elemen, seperti penyediaan bahan baku, pengolahan, penyimpanan, pengemasan, distribusi, penjualan, dan penyajian produk.

Sertifikasi halal menjamin pelanggan muslim bahwa produk tersebut memenuhi standar kualitas dan keamanan serta memenuhi standar kehalalan (Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal Kementerian Agama RI, 2014). Pelaku usaha muslim harus memastikan bahwa produk mereka halal, termasuk makanan, obat-obatan, dan barang-barang yang akan digunakan. Karena produk yang bersertifikat halal dijamin sehat, mereka disukai oleh masyarakat muslim dan non-muslim. Sertifikasi halal sangat penting untuk mematuhi hukum agama dan bisnis, terutama di sektor makanan dan minuman (Mega, 2022).

Sertifikat halal memiliki makna strategis karena tidak hanya berkaitan dengan aspek keagamaan, tetapi juga berdampak pada kepercayaan konsumen dan daya saing produk. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, seluruh produk yang beredar di Indonesia, seperti makanan, minuman, obat-obatan, dan kosmetik, diwajibkan memiliki sertifikat halal. Sertifikat halal tersebut diterbitkan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) sebagai lembaga yang berwenang dalam penyelenggaraan jaminan produk halal di Indonesia. Setelah melalui audit dan pemeriksaan ketat. Dengan adanya sertifikat halal, konsumen mendapat jaminan bahwa produk yang dikonsumsi sesuai dengan syariat Islam, aman, dan berkualitas.

Secara teoritis, label halal berperan sebagai trust enabler yang mampu meningkatkan kepercayaan konsumen dalam mengambil keputusan pembelian (Fitria & Suryani, 2022). Dalam perspektif perilaku konsumen, Kotler dan Keller (2016) menjelaskan bahwa persepsi dan kepercayaan terhadap suatu produk sangat menentukan minat beli. Keberadaan label halal dapat menjadi nilai tambah (value added) sekaligus pembeda (differentiation) di tengah persaingan pasar yang semakin kompetitif. Bahkan, sertifikat halal dapat dijadikan sebagai unique selling point (USP) yang memperkuat citra dan positioning produk (Firdaus, 2023).

Namun demikian, penelitian Adawiyah (2021) menunjukkan bahwa masih banyak pelaku UMKM yang masih memandang sertifikat halal hanya sebagai persyaratan administratif semata, bukan sebagai bagian dari strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing produk. Minimnya pemahaman terhadap prosedur, keterbatasan biaya, serta kurangnya literasi pemasaran menyebabkan potensi sertifikasi halal belum dimanfaatkan secara maksimal. Kondisi ini menimbulkan kesenjangan antara kebijakan pemerintah yang mendorong sertifikasi halal dan implementasinya dalam meningkatkan minat beli konsumen. Pada Kecamatan Way Serdang khususnya pada produk UMKM.

Hal tersebut juga terlihat pada UMKM di Kecamatan Way Serdang, Kabupaten Mesuji. Beberapa pelaku usaha makanan dan minuman telah memiliki sertifikat halal

Analisis Peran Sertifikat Halal Terhadap Minat Beli Pada Produk Umkm Di Kecamatan Way Serdang

sebagai bentuk kepatuhan terhadap regulasi dan upaya meningkatkan kepercayaan konsumen. Akan tetapi, dalam praktiknya minat beli konsumen belum sepenuhnya dipengaruhi oleh keberadaan sertifikat halal. Sebagian konsumen masih lebih mempertimbangkan faktor harga, rasa, kualitas produk, maupun hubungan personal dengan produsen. Hal ini menimbulkan pertanyaan mendasar mengenai efektivitas sertifikat halal dalam memengaruhi minat beli konsumen pada produk UMKM di wilayah tersebut.

Berdasarkan uraian tersebut, terdapat kesenjangan antara teori yang menyatakan bahwa sertifikat halal berpengaruh terhadap minat beli dengan realitas empiris di lapangan yang menunjukkan pengaruhnya belum tentu signifikan. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk menganalisis secara empiris sejauh mana peran sertifikat halal terhadap minat beli konsumen pada produk UMKM di Kecamatan Way Serdang Kabupaten Mesuji.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan kajian pemasaran berbasis halal serta kontribusi praktis bagi pelaku UMKM dalam merumuskan strategi peningkatan daya saing usaha.

METODE

Dalam penelitian ini digunakan metode mixed methods (metode campuran) sebagai pendekatan penelitian. Pemilihan metode ini didasarkan pada pertimbangan bahwa analisis peran sertifikat halal terhadap minat beli konsumen pada produk UMKM di Kecamatan Way Serdang tidak hanya memerlukan pengukuran secara kuantitatif untuk mengetahui tingkat pengaruh antar variabel, tetapi juga membutuhkan pendalaman secara kualitatif guna memahami persepsi, pandangan, serta alasan konsumen dalam mempertimbangkan sertifikat halal sebagai dasar keputusan pembelian. Oleh karena itu, penelitian ini mengintegrasikan pendekatan kuantitatif melalui penyebaran kuesioner kepada responden untuk memperoleh data yang bersifat terukur dan dapat dianalisis secara statistik, serta pendekatan kualitatif melalui wawancara atau penggalian informasi secara mendalam untuk memperkuat dan menjelaskan hasil analisis kuantitatif. Dengan demikian, penggunaan metode campuran diharapkan mampu menghasilkan temuan yang lebih komprehensif, mendalam, dan kontekstual terkait peran sertifikat halal dalam memengaruhi minat beli konsumen.

Penelitian dilaksanakan di Kecamatan Way Serdang, Kabupaten Mesuji, Lampung, mulai 12 November 2025 hingga 22 Januari 2026. Populasi penelitian adalah seluruh UMKM di wilayah tersebut, dengan sampel sebanyak 40 responden yang dipilih menggunakan teknik *convenience sampling*.

Data dikumpulkan melalui kuesioner model tertutup, wawancara mendalam dengan pelaku UMKM bersertifikat dan belum bersertifikat, serta dokumentasi.

Analisis data kuantitatif dilakukan menggunakan regresi linier sederhana dan uji t melalui perangkat lunak SPSS 16. Data kualitatif dianalisis menggunakan model reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan sesuai model Miles dan Huberman.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Pengaruh Sertifikat Halal terhadap Minat Beli

Pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi linier sederhana menghasilkan temuan yang signifikan, dirangkum dalam tabel berikut:

Persamaan regresi yang dihasilkan adalah

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.682	.643		1.060	.298
sertifikat halal	.841	.162	.700	5.186	.000

a. Dependent Variable: minat beli

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sertifikat halal memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen pada produk UMKM di Kecamatan Way Serdang. Hal ini dibuktikan melalui hasil analisis regresi linier sederhana yang menunjukkan nilai koefisien regresi sebesar 0,841. Nilai tersebut menunjukkan bahwa setiap peningkatan persepsi konsumen terhadap keberadaan sertifikat halal akan diikuti oleh peningkatan minat beli konsumen terhadap produk UMKM.

Temuan penelitian ini sejalan dengan teori perilaku konsumen yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller (2016) yang menyatakan bahwa persepsi dan kepercayaan konsumen terhadap suatu produk merupakan faktor yang sangat penting dalam memengaruhi keputusan pembelian. Sertifikat halal dapat berfungsi sebagai bentuk jaminan bahwa produk yang dikonsumsi telah memenuhi standar kehalalan serta keamanan yang ditetapkan oleh lembaga

Analisis Peran Sertifikat Halal Terhadap Minat Beli Pada Produk Umkm Di Kecamatan Way Serdang

yang berwenang. Dengan adanya jaminan tersebut, konsumen akan merasa lebih yakin untuk membeli dan mengonsumsi produk tersebut.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Fitria dan Suryani (2022) yang menyatakan bahwa label halal memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk makanan. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa konsumen cenderung lebih memilih produk yang memiliki label halal karena dianggap lebih aman dan sesuai dengan nilai-nilai keagamaan. Selain itu, penelitian Mega (2022) juga menunjukkan bahwa sertifikat halal dapat meningkatkan kepercayaan konsumen sehingga berdampak pada peningkatan minat beli terhadap suatu produk.

Namun demikian, hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa sertifikat halal bukan satu-satunya faktor yang memengaruhi minat beli konsumen. Hal ini terlihat dari nilai koefisien determinasi yang menunjukkan bahwa masih terdapat faktor lain yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Faktor-faktor tersebut antara lain harga produk, kualitas produk, rasa, serta hubungan sosial antara konsumen dan pelaku usaha.

Persepsi Pelaku UMKM dan Dampak Ekonomi

Wawancara dengan pelaku UMKM mengungkap perbedaan signifikan antara kelompok yang sudah bersertifikat dan belum. Pelaku usaha yang telah memiliki sertifikat halal, seperti Novita Sari (*Potatos Twist*) yang menyatakan “Saya memulai usaha ini sudah sejak tahun 2015, kalo untuk sudah terdaftar atau menggunakan sertifikasi halal sudah 3 tahun yang lalu. Awal mula saya mendaftarkan produk saya ini karna sertifikaisi halal ini kan sebagai program pemerintah, jadi kalo misalnya di tahun 2024 itu kan penutupan, bagi umkm yang tidak memiliki sertifikasi halal itu tidak boleh beredar nah dari situ saya termotivasi untuk mendaftarkan sertifikasi halal produk saya ini. Alhamdulillah sesudah produk ini tersertifikasi halal dapat diteroimo di pasaran dan cakupan pemasaran bisa lebih luas”.

Dan Harni (Keripik Tempe), menyatakan bahwa “Awal mula memulai usaha ini sudah sejak tahun 2017. Untuk terdaftar sertifikasi halal sudah sejak awal tahun 2023. Mengetahui adanya sertifikasi halal ini dari Kemenag. Pas pembuatan sertifikat halal ini alhamdulillah tidak ada kendala semua di permudah karna sudah ada pendamping halal nya. Sebelum tersertifikasi halal produk saya ini sudah diterima di pasaran, tapi semenjak sudah tersertifikasi halal alhamdulillah makin diterima di pasaran. Karna produk yang kita jual salah satu produk yang menurut kami selaku owner harus memiliki sertifikat halalnya dan juga untuk meyakinkan konsumen juga”.

Temuan kualitatif ini menunjukkan bahwa sertifikat halal tidak hanya berfungsi sebagai legalitas formal, tetapi juga sebagai strategi untuk meningkatkan daya saing dan menarik minat beli konsumen.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sertifikat halal memiliki peran penting dalam meningkatkan minat beli konsumen terhadap produk UMKM di Kecamatan Way Serdang. Sertifikat halal tidak hanya berfungsi sebagai jaminan kehalalan produk, tetapi juga sebagai strategi untuk meningkatkan kepercayaan konsumen serta memperkuat daya saing produk di pasar.

Label 4.17 Pendapatan Umkm

No	Kategori pendapatan	Belum bersertifikat (10 umkm)	Persentase	Sudah bersertifikat (30 umkm)	persentase
1	Rp 500.000 – Rp 1.000.00	6	60%	12	40%
2	Rp 1.000.000 – 2.000.000	4	40%	14	46,7%
3	Rp 2.000.000 – 3.500.000	0	0%	4	13,3%
4	>3.500.000	0	0%	0	0%

Sumber : Data Umkm Way Serdang

Data pendapatan juga menunjukkan korelasi positif pada kelompok UMKM bersertifikat, terdapat 13,3% pelaku usaha yang mampu mencapai kategori pendapatan Rp2.000.000 - Rp3.500.000, sedangkan pada kelompok yang belum bersertifikat, tidak ada satupun yang mencapai angka tersebut. Hal ini memperkuat bukti bahwa sertifikat halal berfungsi sebagai strategi non-harga yang efektif untuk meningkatkan kinerja ekonomi UMKM lokal.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa sertifikat halal memegang peranan krusial dalam dinamika pemasaran UMKM di Kecamatan Way Serdang. Pertama, sertifikat halal terbukti meningkatkan minat beli konsumen secara signifikan dengan kontribusi sebesar 49%. Kedua, kepemilikan sertifikat halal berdampak pada distribusi pendapatan yang lebih baik karena memberikan jaminan rasa aman bagi masyarakat yang mayoritas Muslim. Ketiga, meskipun pelaku usaha menyadari pentingnya sertifikasi, kendala informasi dan prosedur administrasi masih menjadi hambatan bagi kelompok yang belum bersertifikat.

Secara praktis, hasil ini merekomendasikan agar pelaku UMKM memanfaatkan status halal sebagai strategi *branding* utama, bukan sekadar pelengkap legalitas. Pemerintah daerah perlu meningkatkan pendampingan khususnya bagi usaha mikro agar dapat mengakses program sertifikasi gratis guna memperkuat daya saing ekonomi kerakyatan di Kabupaten Mesuji.

Analisis Peran Sertifikat Halal Terhadap Minat Beli Pada Produk Umkm Di Kecamatan Way Serdang

PENUTUP

Simpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa sertifikat halal memegang peranan krusial dalam dinamika pemasaran UMKM di Kecamatan Way Serdang. Pertama, sertifikat halal terbukti meningkatkan minat beli konsumen secara signifikan dengan kontribusi sebesar 49%. Kedua, kepemilikan sertifikat halal berdampak pada distribusi pendapatan yang lebih baik karena memberikan jaminan rasa aman bagi masyarakat yang mayoritas Muslim. Ketiga, meskipun pelaku usaha menyadari pentingnya sertifikasi, kendala informasi dan prosedur administrasi masih menjadi hambatan bagi kelompok yang belum bersertifikat.

Secara praktis, hasil ini merekomendasikan agar pelaku UMKM memanfaatkan status halal sebagai strategi *branding* utama, bukan sekadar pelengkap legalitas. Pemerintah daerah perlu meningkatkan pendampingan khususnya bagi usaha mikro agar dapat mengakses program sertifikasi gratis guna memperkuat daya saing ekonomi kerakyatan di Kabupaten Mesuji.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai peran sertifikat halal terhadap minat beli produk UMKM di Kecamatan Way Serdang, beberapa saran dapat disampaikan sebagai berikut.

Pertama, bagi pelaku UMKM di Kecamatan Way Serdang, disarankan untuk meningkatkan perhatian terhadap aspek legalitas produk, khususnya sertifikasi halal. Kepemilikan sertifikat halal tidak hanya berfungsi sebagai jaminan kehalalan produk bagi konsumen Muslim, tetapi juga dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan memperkuat daya saing produk di pasar. Oleh karena itu, pelaku usaha perlu lebih proaktif dalam mengurus sertifikasi halal serta menjaga konsistensi dalam proses produksi yang sesuai dengan standar halal.

Kedua, bagi pemerintah daerah dan lembaga terkait seperti dinas koperasi dan UMKM, perlu dilakukan peningkatan program pendampingan dan sosialisasi mengenai pentingnya sertifikasi halal bagi pelaku usaha mikro dan kecil. Program tersebut dapat berupa pelatihan, fasilitasi proses pengurusan sertifikat halal, serta pemberian bantuan administrasi bagi UMKM yang masih menghadapi kendala dalam proses sertifikasi. Dengan adanya dukungan dari pemerintah, diharapkan jumlah UMKM yang memiliki sertifikat halal dapat terus meningkat.

Ketiga, bagi lembaga sertifikasi halal dan institusi terkait, perlu adanya upaya untuk menyederhanakan prosedur pengajuan sertifikasi halal serta memperluas akses informasi kepada pelaku usaha di daerah. Kemudahan akses terhadap layanan sertifikasi halal akan membantu mempercepat proses legalisasi produk UMKM dan meningkatkan kesadaran pelaku usaha terhadap pentingnya jaminan kehalalan produk.

Keempat, bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengembangkan penelitian dengan menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi minat beli konsumen, seperti kualitas produk, harga, kepercayaan konsumen, dan strategi pemasaran digital. Selain itu, penelitian juga dapat diperluas pada wilayah yang lebih luas atau pada jenis UMKM yang berbeda sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai pengaruh sertifikasi halal terhadap perilaku konsumen.

Dengan adanya penelitian lanjutan yang lebih luas dan mendalam, diharapkan dapat memberikan kontribusi yang lebih besar terhadap pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang ekonomi syariah dan pengembangan UMKM berbasis halal.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, A. M., dkk. (2025). Peran Sertifikasi Halal dalam Melindungi Konsumen Muslim: Tinjauan Hukum Islam dan Hukum Nasional. *Media Hukum Indonesia (MHI)*, 3(1), 249-257.
- Arikunto, S. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT. Rineka Cipta. (2011).
- Armyandita, G. *Pengaruh Kesadaran Halal, Kepatuhan Regulasi, Program Sertifikat Halal Gratis terhadap Keputusan Sertifikasi*. Skripsi Universitas Islam Indonesia. (2025).
- Asidiq, Y. *Analisis Pengaruh Harga dan Label Halal pada Produk Makanan terhadap Keputusan Pembelian*. Skripsi Universitas Islam Indonesia. (2022).
- Azzahra, A., dkk. Investigating the Influence of Halal Certification on Market Access and Business Growth for MSMEs in Indonesia. *Tasharruf: Journal Economics and Business of Islam*, (2026). 10(2), 326-353
- BPS Kabupaten Mesuji. *Kecamatan Way Serdang Dalam Angka 2025*. (2025).

Analisis Peran Sertifikat Halal Terhadap Minat Beli Pada Produk Umkm Di Kecamatan Way Serdang

- Camelia, Ica, dkk. Analisis Peran Sertifikasi Halal Pada Bisnis UMKM Kabupaten Bekasi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, (2024). 10(2): 1474-1484.
- Dewi, N. M., dkk. *Determinasi Minat Beli Konsumen*. Payakumbuh: Serasi Media Teknologi. (2024).
- Ernawati, D. Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. *Jurnal Wawasan Manajemen*, (2019). 7(1): 17-32.
- Fadhilah, M., dkk. (2023). Meningkatkan Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Melalui Kepercayaan Merek, Kualitas Produk, Dan Label Halal. *Forum Ekonomi: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, (2023). 25(2), 319-328.
- Firda, N. A. *Pengaruh Labelisasi Halal, Harga, dan Promosi terhadap Minat Beli Ulang pada Makanan Kemasan Lokal*. Skripsi Universitas Islam Indonesia. (2022).
- Gunardi, S., dkk. *Kepentingan Logo Dan Kandungan Produk Halal Dalam Industri Halal: Satu Pengalaman Di Malaysia*. Islamic Law Skripsi. (2024).
- Habibi, N. A. (2022). Penerapan Sistem Jaminan Produk Halal Pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah Produsen Kecap. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Universitas Al Azhar Indonesia*, (2022). 2655-6227.
- Irvanto, O., & Sujana, S. Pengaruh Desain Produk, Pengetahuan Produk, Dan Kesadaran Merek Terhadap Minat Beli Produk Eiger. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, . (2020). 8(2): 105-126.
- Kotler, P., & Keller, K. L. *Marketing Management* (15th Edition). Pearson Education. . (2016).
- Kusumawati, L. *Pengaruh Label Halal, Harga, Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian di Hokben*. Universitas Islam Indonesia. (2024).
- Malia Undip Putri M. *Analisis Pengaruh Labelisasi, Legalisasi, Sertifikasi Halal terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*. Tesis Universitas Islam Indonesia. (2024).
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2001). *Perilaku Konsumen (Edisi 7)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta. (2010).
- Umam, K. *Pengaruh Lokasi Usaha Terhadap Minat Beli Di Toko Al Falah Tanjung Raya*. Skripsi Institut Teknologi dan Bisnis Mesuji. (2024).
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal.
- Wajdi & Susanti, D. *Regulasi Produk Halal Undang-Undang No. 33 Tahun 2014*. (2014).
- Zulfikar, dkk. *Manajemen Retail dalam Perspektif Syariah*. Jakarta: Rajawali Pers. (2021).