

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan rumusan masalah dan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Penerapan labelisasi halal pada produk makanan dan minuman UMKM di Kota Bengkulu telah berjalan cukup baik. Sebagian besar pelaku UMKM telah memahami pentingnya sertifikasi halal, meskipun dalam pelaksanaannya masih terdapat beberapa kendala.
2. Faktor internal yang mempengaruhi labelisasi halal meliputi pemahaman pelaku usaha, kesiapan biaya, dan komitmen usaha, sedangkan faktor eksternal meliputi dukungan pemerintah, regulasi, serta tuntutan konsumen terhadap produk halal.
3. Dampak labelisasi halal terhadap kepercayaan konsumen yaitu labelisasi halal memberikan dampak positif terhadap tingkat kepercayaan konsumen serta daya saing produk UMKM di Kota Bengkulu, sehingga meningkatkan nilai jual dan peluang penerimaan produk di pasar.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, maka saran yang dapat diajukan peneliti selaku penulis :

1. Dalam hal sertifikasi halal pelaku usaha atau Rumah Makan perlu mencari tahu lebih dalam lagi kepada orang terdekat yang dianggap lebih tahu atau bisa melalui internet proses pembuatan sertifikat halal.
2. Mulailah menjadi konsumen muslim yang cerdas dan teliti terhadap hal-hal yang perlu diwaspadai seiring dengan banyaknya kecurangan di jaman globalisasi karena dengan mudahnya budaya

asing (dari negara non muslim) masuk di negara ini.

3. MUI diharapkan bisa melakukan sosialisasi yang lebih kepada konsumen muslim mengenai terjaminnya kehalalan suatu produk dan sertifikat halal atau label halal karena berdasarkan penelitian ini pengetahuan serta kesadaran konsumen muslim dan pelaku usaha.



DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, D. I., Fidhya Nurmalia, Nisrina Athiyyah Nur Azizah, & Lina Marlina. (2023). Analisis Pemahaman Sertifikasi Halal pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *JIESP Journal of Islamic Economics Studies and Practices*, 2(2), 95–105. <https://doi.org/10.54180/jiesp.2023.2.2.95-105>
- Alserhan, B. A. Islamic Branding: A Conceptualization of Related Terms. *Journal of Brand Management*, Vol. 18 No. 1, 2010.
- Anas, M., Saputro, A. R., & Wahdah, H. (2023). Persepsi Halal dan Pemahaman Sertifikasi Halal: Studi Deskriptif Analitik. *Misykat Al-Anwar Jurnal Kajian Islam Dan Masyarakat*, 6(1), 1–12. <https://doi.org/10.24853/ma.6.1.1-12>
- Asnaini, A.,dkk. (2025). Resistance of micro, small, and medium enterprise owners to halal labeling policy within Islamic law framework. *Al-Ihkam: Jurnal Hukum dan Pranata Sosial*, 20(1).<https://ejournal.iainmadura.ac.id/index.php/alihkam/article/view/18430>
- Apriani, Y., Asnaini, A., & Kustin, K. (2021). Pengaruh Harga, Promosi, Produk, Label Halal terhadap keputusan membeli frozen food (studi di kota Bengkulu). *J-Alif: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah Dan Budaya Islam*, 6(1), 18-34.
- Aziz, Y. A., & Chok, N. V. The Role of Halal Awareness and Halal Certification in Influencing Non-Muslims' Purchase Intention. *Journal of Islamic Marketing*, Vol. 4 No. 3, 2013.
- Azizah, R. N.,dkk. (2025). Pengaruh religiusitas, sertifikasi halal, label halal, dan kesadaran halal terhadap minat beli produk halal pada mahasiswa. *Bertuah: Jurnal Syariah dan Ekonomi Islam*, 6(2).<https://ejournal.kampusmelayu.ac.id/index.php/Bertuah/article/view/1265>
- Bidin A. (2017). Pengembangan UMKM. *Вестник Росздравнадзора*, 4(1), 9–15.
- Euis Winarti, D. Purnomo, J. A. (2019). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Di Perkampungan Industri Keci (Pik)*. 8(2).

- Febriyanti, I., & Rohmanu, A. (2021). Labelisasi Produk Pangan UMKM di Kecamatan Pulung Ponorogo. *Jurnal Antologi Hukum*, 1(1), 1–15. <https://doi.org/10.21154/antologihukum.v1i1.239>
- Haris Herdiansyah. (2012). *Metode Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-Ilmu Sosial*.
- Hidayatullah, M. S. (2020). Sertifikasi dan Labelisasi Halal Pada Makanan dalam Perspektif Hukum Islam (Perspektif Ayat Ahkam). *YUDISIA : Jurnal Pemikiran Hukum Dan Hukum Islam*, 11(2), 251. <https://doi.org/10.21043/yudisia.v11i2.8620>
- Ian Alfian, M. M. (2017). Analisis Pengaruh Label Halal, Brand Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Kota Medan. *At Tawassuth*, 2(1), 122–145.
- Kotler, P., & Keller, K. L. Marketing Management. 15th Edition. Pearson Education, 2016.
- Lestari, I. D. W. I. (2022). Produk Makanan Pada Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Angkatan 2020 Program Studi Ekonomi Islam Produk Makanan Pada Mahasiswa Prodi Ekonomi Syariah Angkatan 2020. *Skripsi*, 20–21.
- Manoppo, W. S., & Pelleng, F. A. O. (2018). Pelatihan Penyusunan Laporan Keuangan dengan Teknik Pembukuan Sederhana Bagi Pelaku Usaha UMKM di Kecamatan Malalayang Kota Manado Provinsi Sulawesi Utara. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 7(2), 6–9.
- Mardoni, Y. (2017). Kewirausahaan dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dalam Multi Prespektif. *Universitas Terbuka*, 21–31.
- Nurani, N., Nursjanti, F., & Munawar, F. (2020). Penyuluhan Sertifikasi Halal Bagi UMKM Jawa Barat Pada Situasi Pandemi Covid-19. *Madaniya*, 1(3), 126–139. <https://madaniya.pustaka.my.id/journals/contents/article/view/24>
- Nuvitasari, A., Citra Y, N., & Martiana, N. (2019). Implementasi SAK EMKM Sebagai Dasar Penyusunan Laporan Keuangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *International Journal of Social Science and Business*, 3(3), 341. <https://doi.org/10.23887/ijssb.v3i3.21144>
- Porter, M. E. Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance. New York: The Free Press, 2022.

- Pradewi, G. I., Chailani, M. I., & Arifah, S. (2024). Pendampingan Sertifikasi Halal Pada UMKM Makanan Ringan Di Desa Bansari Kecamatan Bansari Kabupaten Temanggung. *Jurnal At-Taghyir: Jurnal Dakwah Dan Pengembangan Masyarakat Desa*, 6(1), 23–38. <https://doi.org/10.24952/taghyir.v6i1.8576>
- Pusparini, M. D., & Setiaji, H. (2019). Investigating Beyond the Label of Halalan-Thayyiban : the Halal Guarantee System in Local Restaurant. *International Journal of Islamic Business Ethics*, 4(1), 551. <https://doi.org/10.30659/ijibe.4.1.551-562>
- R. Abdul Jamali, S. H. (2019). Hukum Islam. Penerbit Mandar Maju Bandung.
- Ramadhani, A. (2022). Implementasi Kewajiban Sertifikasi Halal Pada Produk Makanan dan Minuman UMKM di Kecamatan Beji Depok Studi Implementasi Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. In *Skripsi*.
- Siagian, S. P. Teori Pengambilan Keputusan. Jakarta: Bumi Aksara, 2012.
- Siti Muslimah. (2017). Label Halal Pada Produk Pangan Kemasan Dalam Perspektif Perlindungan Konsumen Muslim Siti. *Fakultas Hukum Universitas Sebelas Maret*, 4(1), 9–15.
- Sri Ernawati, & Iwan Koerniawan. (2023). Pengaruh Label Halal Dan Kesadaran Halal Terhadap Minat Pembelian Konsumen Pada Produk Umkm Di Kota Bima. *E-Bisnis : Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 16(1), 207–215. <https://doi.org/10.51903/e-bisnis.v16i1.1185>
- Syafitri, M. N., Salsabila, R., & Latifah, F. N. (2022). Urgensi Sertifikasi Halal Food Dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam. *Al Iqtishod: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Ekonomi Islam*, 10(1), 16–42. <https://doi.org/10.37812/aliqtishod.v10i1.305>
- Tambunan, T. T. H. Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia: Isu-Isu Penting. Jakarta: LP3ES, 2012.
- Tambunan, T. T. H. UMKM di Indonesia: Perkembangan, Kendala, dan Tantangan. Jakarta: Ghalia Indonesia, 2019.
- Tim Penyusun. (2010). *Pedoman Penulisan Skripsi*. Skripsi Institut Agama Islam Negeri Walisongo Semarang.

Warto, W., & Samsuri, S. (2020). Sertifikasi Halal dan Implikasinya Bagi Bisnis Produk Halal di Indonesia. *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking*, 2(1), 98. <https://doi.org/10.31000/almaal.v2i1.2803>

Wasisman, Z. A., Asnaini, A., & Yustati, H. (2025). Pendampingan proses produk halal bagi produk rumahan pada mahasiswa FEBI dalam meningkatkan kesadaran halalisasi produk. *Jurnal Ilmiah Edunomika*, 9(1). <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jie/article/view/16163>

Wicaksana, A., & Rachman, T. (2018). Strategi Usaha Bisnis. *Buku Kelembagaan Strategi Usaha Bisnis*, 3(1), 10–27.

Zainudin Al. (2010). *Metode Penelitian Hukum* (2nd ed.).

