

**PENGARUH PENDAPATAN, RELIGIUSITAS, HARGA DAN
LABELISASI HALAL TERHADAP PERMINTAAN
PRODUK UMKM MARTABAK KAPTEN
DI KOTA PALEMBANG**



Skripsi Oleh

MUHAMMAD WAHYU HIDAYATULLAH

01021381823111

Ekonomi Pembangunan

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meraih

Gelar Sarjana Ekonomi

KEMENTERIAN PENDIDIKAN KEBUDAYAAN RISET DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS SRIWIJAYA

FAKULTAS EKONOMI

2022

LEMBAR PERSETUJUAN KOMPREHENSIF

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS EKONOMI
PALEMBANG**

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF

**PENGARUH PENDAPATAN, RELIGIUSITAS, HARGA DAN LABELISASI
HALAL TERHADAP PERMINTAAN PRODUK UMKM MARTABAK KAPTEN
DI KOTA PALEMBANG**

Disusun Oleh:

Nama : Muhammad Wahyu Hidayatullah
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Ekonomi Pembangunan
Bidang Kajian/Konsentrasi : Ekonomi Syariah

Disetujui untuk digunakan dalam ujian komprehensif

TANGGAL PERSETUJUAN


DOSEN PEMBIMBING

Tanggal: 26 September 2022
.....


Ketua: Dr. Suhel, M. Si

NIP. 196610141992031003

Tanggal: 19 Oktober 2022
.....


Anggota: Ichsan Hamidi, S.H.I., M. Si
NIP. 199105012019031019

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

PENGARUH PENDAPATAN, RELIGIUSITAS, HARGA DAN LABELISASI HALAL TERHADAP PERMINTAAN PRODUK UMKM MARTABAK KAPTEN DI KOTA PALEMBANG

Disusun Oleh:

Nama : Muhammad Wahyu Hidayatullah

Nim : 01021381823111

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Ekonomi Pembangunan

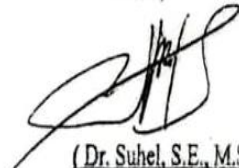
Bidang Kajian/Konsentrasi : Ekonomi Syariah

Telah diuji dalam ujian komprehensif pada tanggal 12 Desember 2022 dan telah memenuhi syarat untuk diterima

Panitia Ujian Komprehensif

Indralaya, 12 Desember 2022

Ketua,



(Dr. Suhel, S.E., M.Si)

NIP. 196610141992031003

Anggota,



(Ichsan Hamidi, S.Hi., M.Si)

NIP. 199105012019031019

Anggota,



(Fera Widyanata, S.E., M.Si)

NIDN. 0018128503

Mengetahui,

Ketua Jurusan Ekonomi Pembangunan



(Dr. Mukhlis, S.E., M.Si)

NIP. 197304062010121001

ASLI

JUR. EK. PEMBANGUNAN 18-1-2023
FAKULTAS EKONOMI UNSRI

SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Wahyu Hidayatullah
Nim : 01021381823111
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Ekonomi
Pembangunan Bidang Kajian/Konsentrasi :
Ekonomi Syariah

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul Pengaruh Pendapatan, Religiusitas, Harga dan Labelisasi halal Terhadap Permintaan Produk UMKM Martabak Kapten di Kota Palembang.

Pembimbing:

Ketua : Dr. Suhel, S.E., M.Si
Anggota : Iehsan Hamidi, S.H.I., M.Si
Tanggal Uian : 12 Desember 2022

Adalah benar hasil karya saya sendiri, dalam skripsi ini tidak ada kutipan hasil karya orang lain yang tidak disebutkan sumbernya. Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, dan apabila pernyataan saya ini tidak benar dikemudian hari, saya bersedia dicabut dari predikat kelulusan dan gelar kesarjanaaan.

Indralaya, 12 Desember 2022

ASLI
JUR. EK. PEMBANGUNAN 18-1-2022
FAKULTAS EKONOMI UNSRI



Muhammad Wahyu Hidayatullah

NIM. 01021381823111

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Tidak ada kesulitan yang tidak ada ujungnya. Sesudah sulit pasti akan ada kebahagiaan. “Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.

Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan.”

(QS Al-Insyirah: 5-6)

Tidak ada ujian yang tidak bisa diselesaikan. Tidak ada kesulitan yang melebihi batas kesanggupan. Karena “Allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kadar kesanggupannya.”

(QS Al-Baqarah: 286)

”التَّعَلَّمَ - الدُّعَاءُ - التَّوَكَّلُ - النَّجَاحُ فِي الإِمْتِحَانِ”

Belajar – Berdo’a – Bertawakal – Lulus Ujian

Skripsi ini kupersembahkan untuk:

- Allah SWT
- Kedua Orang Tua ku
- Kakakku
- Teman-temanku
- Keluarga Besarku
- Almamater

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis haturkan kehadiran Allah SWT atas berkah, rahmat dan hidayahnya yang senantiasa dilimpahkan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Pendapata, Religiusitas, Harga dan Labelisasi halal Terhadap Permintaan Produk UMKM Martabak Kapten di Kota Palembang” sebagai syarat untuk menyelesaikan program sarjana (S1) pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi Jurusan Ekonomi Pembangunan Universitas Sriwijaya. Penelitian ini menggunakan data primer berupa data yang diperoleh dari hasil menyebarkan kuesioner secara langsung kepada konsumen Martabak Kapten.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, segala kritik dan saran yang bersifat membangun sangat diharapkan penulis. Akhir kata penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam skripsi ini.

Palembang, Desember 2022

Penulis,



Muhammad Wahyu Hidayatullah

NIM. 01021381823111

UCAPAN TERIMA KASIH

Selama proses penelitian dan penyusunan skripsi ini terdapat banyaknya kendala dan hambatan yang dihadapi oleh penulis. Hambatan dan kendala tersebut dapat teratasi berkat bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak maka dari itu penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Bapak **Prof. Dr. Ir. H. Anis Saggaf, MSCE** selaku Rektor Universitas Sriwijaya.
2. Bapak **Prof. Dr. Mohamad Adam, S.E., ME** selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
3. Bapak **Dr. Azwardi, S.E., M.Si** selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
4. Ibu **Dr. Yulia Saftiana, S.E., M.Si., Ak** selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
5. Bapak **Dr. Suhel, S.E., M.Si** selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya dan selaku Dosen Pembimbing pertama saya yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing dan mengarahkan saya dalam penelitian dan penyusunan skripsi saya sehingga skripsi ini selesai.
6. Bapak **Dr. Mukhlis, S.E., M.Si** selaku Ketua Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya dan selaku Dosen Pembimbing Akademik saya.
7. Bapak **Dr. Sukanto, S.E., M.Si** selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.

8. Bapak **Dr. Imam Asngari, S.E., M.Si** selaku Koordinator Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
9. Bapak **Ichsan Hamidi, S.H.I, M.Si** selaku Dosen Pembimbing kedua saya yang penuh perhatian dan kesabaran serta telah meluangkan waktu untuk memberikan masukan dan pendapat demi perbaikan dan penyempurnaan tulisan skripsi ini.
10. Ibu **Fera Widyanata, S.E., M.Si** selaku Dosen Penguji Skripsi saya yang telah memberikan saran dan kritik dalam penulisan skripsi ini, sehingga dapat dibuat dengan baik.
11. Seluruh Dosen Ekonomi Pembangunan yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat kepada saya.
12. Staf Tata Usaha Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya Kampus Palembang.
13. Kepada owner Martabak Kaptan Bapak **Muhammad Rofiq** dan juga managernya yaitu bapak **Aprianto** yang telah mengizinkan saya untuk melakukan penelitian dan pencarian data untuk menulis skripsi saya.
14. Diri saya sendiri yang telah sampai pada tahap ini dan selalu bangkit ketika dihadapkan rasa malas dan juga rasa ingin menyerah dalam melakukan penelitian dan penyusunan skripsi ini.
15. Kedua orang tua saya, Bapak **Eman Sugiman SP** dan Ibu **Halimahtu'sadiyah** yang selalu memberikan dukungan. Terima kasih sudah menyayangi, mendukung dan menyemangati saya ketika saya mulai kehilangan semangat.
16. Kedua saudara dan saudari saya, **Muhammad Fikri Akbar** dan **Restu Nova Izati** yang selalu menyemangati dan mendukung saya.

17. Seluruh teman-teman Ekonomi Pembangunan Unsri 2018 yang telah memberikan bantuan, motivasi, dukungan, kritik dan saran selama masa perkuliahan yang ditempuh oleh penulis.

Palembang, Desember 2022

Penulis,



Muhammad Wahyu Hidayatullah

NIM 01021381823111

ABSTRAK

PENGARUH PENDAPATAN, RELIGIUSITAS, HARGA DAN LABELISASI HALAL TERHADAP PERMINTAAN PRODUK UMKM MARTABAK KAPTEN DI KOTA PALEMBANG

By:

Muhammad Wahyu Hidayatullah, Dr. Suhel, S.E., M.Si, Ichsan Hamidi, S.H.I., M.Si

Martabak Kapten merupakan martabak pertama yang menyajikan dalam bentuk pizza, Martabak Kapten telah terkenal dan viral di Kota Palembang dimana Martabak Kapten mendapatkan penghargaan *Franchise Startup Award (FSA) 2018* sebagai *The Best Business Opportunity* dari Majalah *Franchise* dan *Franchise News & Business Concept (IFBC)* di Balai Kartini Jakarta. Penelitian ini memiliki tujuan Untuk mengetahui Pengaruh Pendapatan, Religiusitas, Harga dan Labelisasi Halal Terhadap Permintaan Produk UMKM Martabak Kapten di Kota Palembang. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji regresi linear berganda, sampel yang digunakan sebanyak 50 diambil dari konsumen Martabak Kapten di Kota Palembang dengan menggunakan teknik pengambilan sampel *accidental sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pendapatan, religiusitas dan labelisasi halal berpengaruh positif signifikan terhadap permintaan produk Martabak Kapten di Kota Palembang, sementara itu variabel harga berpengaruh negatif signifikan terhadap permintaan produk Martabak Kapten di Kota Palembang. Variabel Pendapatan, Religiusitas, Harga dan Labelisasi Halal juga berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel Permintaan Produk UMKM Martabak Kapten di Kota Palembang.

Kata Kunci : *Permintaan Produk UMKM, Pendapatan, Religiusitas, Harga, Labelisasi Halal*

Ketua,



(Dr. Suhel, S.E., M.Si)

NIP. 196610141992031003

Anggota,



(Ichsan Hamidi, S.H.I., M.Si)

NIP.199105012019031019

Mengetahui,

Ketua Jurusan Ekonomi Pembangunan



(Dr. Mukhlis, S.E., M.Si)

NIP. 197304062010121001

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF INCOME, RELIGIUSITY, PRICE AND HALAL LABELIZATION ON THE DEMAND OF MARTABAK KAPTEN UMKM PRODUCTS IN PALEMBANG CITY

By:

Muhammad Wahyu Hidayatullah, Dr. Suhel, S.E., M.Si, Ichsan Hamidi, S.H.I., M.Si

Martabak Captain is the first martabak to serve pizza, Martabak Captain is well-known and viral in the city of Palembang where Martabak Captain was awarded the 2018 Franchise Startup Award (FSA) as The Best Business Opportunity from Franchise Magazine and Franchise News & Business Concept (IFBC) in Jakarta Kartini Hall. This study aims to find out the effect of income, religiosity, price and halal labeling on the demand for UMKM Martabak Captain products in Palembang City. The method used in this research is multiple linear regression test. The samples used were 50 taken from Martabak Captain consumers in Palembang City with the sampling technique using accidental sampling. The results showed that the variables of income, religiosity and halal labeling had a significant positive effect on the demand for Martabak Captain products in Palembang city, while the price variable had a significant negative effect on the demand for martabak captain products in Palembang city.

Keywords : Demand Products UMKM, Income, Religiosity, Price, Halal Labeling

Ketua,



(Dr. Suhel, S.E., M.Si)

NIP. 196610141992031003

Anggota,



(Ichsan Hamidi, S.H.I., M.Si)

NIP.199105012019031019

Mengetahui,

Ketua Jurusan Ekonomi Pembangunan



(Dr. Mukhlis, S.E., M.Si)

NIP. 197304062010121001

SURAT PERNYATAAN ABSTRAK

Kami Dosen Pembimbing Skripsi menyatakan bahwa abstrak skripsi dari mahasiswa:

Nama : Muhammad Wahyu Hidayatullah
Nim : 01021381823111
Jurusan : Ekonomi Pembangunan
Mata Kuliah : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : pengaruh pendapatan, religiusitas, harga dan labelisasi halal terhadap permintaan produk UMKM martabak kapten di kota Palembang.

Telah kami periksa cara penulisan, *grammar*, maupun susunan *tenses*-nya dan kami setuju untuk di tempatkan pada lembar abstrak.

Indralaya, Desember 2022

Ketua,



(Dr. Suhel, S.E., M.Si)

NIP. 196610141992031003

Anggota,



(Ihsan Hamidi, S.H.I., M.Si)

NIP.199105012019031019

Mengetahui,

Ketua Jurusan Ekonomi Pembangunan



(Dr. Mukhlis, S.E., M.Si)

NIP. 197304062010121001

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama : Muhammad Wahyu Hidayatullah
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Tempat/Tanggal Lahir : Palembang, 16 Juni 2000
Agama : Islam
Alamat : JLN. Naskah Km 7 Komplek
/ Perum, Bukit Naskah Indah
Blok C NO 7 Rt 042/ Rw 003
Email : wahyuhidayatullah992@gmail.com

Pendidikan Formal

2006 – 2012 : SD N 149 Palembang
2012 – 2015 : SMP Muhammadiyah 10 Palembang
2015 – 2018 : SMA Muhammadiyah 1 Palembang
2018 – 2022 : S1 Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi, Universitas Sriwijaya.

Pengalaman Organisasi

Badan Eksekutif Mahasiswa (BEM) KM FE UNSRI	2020 - 2021	Staff Muda PPSDM
Ikatan Mahasiswa Ekonomi Pembangunan (IMEPA) FE UNSRI	2020 - 2021	Staff Anggota Minat dan Bakat (MIBAK)

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERSETUJUAN KOMPREHENSIF	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	vi
UCAPAN TERIMA KASIH	vii
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
SURAT PERNYATAAN ABSTRAK	xii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	xiii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xxi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	10
1.3. Tujuan Penelitian	10
1.4. Manfaat Penelitian	10
BAB II	12
TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1. Landasan Teori	12
2.1.1. Permintaan dalam Islam	12
2.1.2. Teori Utilitas	16

2.1.3. Produksi dalam Islam	31
2.1.3.1. Produksi yang diharamkan dalam ekonomi Islam.....	33
2.1.3.2. Fungsi Produksi	34
2.1.4. Penawaran dalam Islam	38
2.1.4.1. Kurva Penawaran Jangka Pendek.....	40
2.1.4.2. Faktor-Faktor Penawaran Dalam Ekonomi Islam	42
2.1.5. Pendapatan.....	44
2.1.5.1. Jenis –Jenis Pendapatan.....	44
2.1.5.2. Infak dan Maksimalisasi Utility	45
2.1.6. Religiusitas	48
2.1.6.1. Jenis-Jenis Religiusitas	50
2.1.7. Harga	51
2.1.8. Labelisasi Halal	53
2.1.9. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)	60
2.1.9.1. Kriteria Usaha Mikro Kecil dan Menengah	61
2.2. Kajian Penelitian Terdahulu	62
2.3. Skema Kerangka Pikir.....	65
2.4. Hipotesis Penelitian	66
BAB III.....	68
METODOLOGI PENELITIAN	68
3.1. Ruang Lingkup Penelitian	68
3.2. Jenis dan Sumber Data	68
3.2.1. Data.....	68
3.2.2. Sumber Data	68
3.3. Unit Analisis, Populasi dan Sampel	69
3.3.1. Unit Analisis dan Unit Observasi	69
3.3.2. Populasi	69
3.3.3. Sampel	69

3.4. Definisi Operasional Variabel	70
3.4.1. Indikator Variabel.....	72
3.5. Teknik Pengumpulan Data	73
3.5.1. Penyebaran kuesioner	73
3.6. Teknik Analisis Data	74
3.7. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	74
3.7.1. Uji Validitas Instrumen	75
3.7.2. Uji Reliabilitas Instrumen.....	76
3.8. Model Analisis Data	76
3.8.1. Uji Regresi Linear Berganda	76
3.8.2. Uji Asumsi Klasik	77
3.8.2.1. Uji Multikolinearitas	77
3.8.2.2. Uji Heteroskedastisitas	78
3.8.2.3. Uji Normalitas	78
3.8.3. Uji signifikansi	78
3.8.3.1. Uji Determinasi R square (R ²).....	78
3.8.3.2. Uji Parsial (Uji t)	79
3.8.3.3. Uji Simultan (Uji F).....	79
BAB IV	80
HASIL DAN PEMBAHASAN	80
4.1. Analisis Deskriptif Data Responden	80
4.1.1. Jenis Kelamin Responden.....	81
4.1.2. Usia Responden	81
4.1.3. Tingkat Pendidikan Responden	82
4.1.4. Jenis Pekerjaan Responden.....	82
4.1.5. Tingkat Pendapatan Responden.....	83
4.2. Analisis Deskriptif Data Penelitian	83
4.2.1. Variabel Pendapatan	84

4.2.2. Variabel Religiusitas	86
4.2.3. Variabel Harga.....	87
4.2.4. Variabel Labelisasi Halal.....	89
4.2.5. Variabel Permintaan Produk UMKM.....	91
4.3. Analisis Data Statistik	92
4.3.1. Uji validitas dan reliabilitas	92
4.3.1.1. Uji Validitas.....	92
4.3.1.2. Uji Reliabilitas.....	93
4.4. Uji Regresi Linier Berganda.....	95
4.5. Uji Asumsi Klasik	96
4.5.1. Uji Multikolinearitas	96
4.5.2. Uji Heterokedastisitas.....	98
4.5.3. Uji Normalitas	100
4.6. Uji Signifikansi.....	102
4.6.1. Uji Determinasi R square (R ²)	102
4.6.2. Uji Parsial (Uji t)	103
4.6.3. Uji Simultan (Uji F).....	104
4.7. Pembahasan	106
4.7.1. Pengaruh Pendapatan, Religiusitas, Harga dan Labelisasi Halal Terhadap Permintaan Produk UMKM Martabak Kapten di Kota Palembang.....	106
BAB V.....	115
KESIMPULAN DAN SARAN	115
5.1. Kesimpulan.....	115
5.2. Saran.....	116
DAFTAR PUSTAKA	117
LAMPIRAN.....	121

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. 1 Jumlah Output UMKM (Unit) 2017-2019.....	5
Tabel 3. 1 Indikator Variabel	72
Tabel 4. 1 Data Persentase Jenis Kelamin	81
Tabel 4. 2 Data Persentase Usia.....	81
Tabel 4. 3 Data Persentase Tingkat Pendidikan.....	82
Tabel 4. 4 Data Persentase Pekerjaan	82
Tabel 4. 5 Data Persentase Tingkat Pendapatan	83
Tabel 4. 6 Persentase Jawaban Responden terhadap Variabel Pendapatan	84
Tabel 4. 7 Persentase Jawaban Responden terhadap Variabel Religiusitas.....	86
Tabel 4. 8 Persentase Jawaban Responden terhadap Variabel Harga.....	87
Tabel 4. 9 Persentase Jawaban Responden terhadap Variabel Labelisasi Halal...	89
Tabel 4. 10 Persentase Jawaban Responden terhadap Variabel Permintaan Produk UMKM	91
Tabel 4. 11 Uji Validitas	93
Tabel 4. 12 KriteriaTingkat Reliabilitas	94
Tabel 4. 13 Uji Reliabilitas	94
Tabel 4. 14 Uji Regresi Linier Berganda	95
Tabel 4. 15 Uji Multikolinieritas	97
Tabel 4. 16 Uji Heteroskedastisitas.....	99
Tabel 4. 17 Determinasi R Square	102
Tabel 4. 18 Uji parsial (t)	103
Tabel 4. 19 Uji Simultan (f)	105

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. 1 Perkembangan Unit Usaha Umkm di Indonesia (unit)	3
Gambar 2. 1 Kurva Indifference dengan Utility berbeda.....	17
Gambar 2. 2 Peningkatan Indifference Curve untuk Barang Halal X dan Barang Halal Y	18
Gambar 2. 3 Penurunan Kurva Permintaan Barang X Halal dan Barang Y Halal.....	20
Gambar 2. 4 Peningkatan Indifference Curve untuk Barang Haram X dan Barang Halal Y.	21
Gambar 2. 5 Penurunan Kurva Permintaan, Barang X Halal dan Barang Y Haram.....	23
Gambar 2. 6 Corner Solution untuk Pilihan Halal-Haram dengan Memaksimalkan Utility Function	25
Gambar 2. 7 Corner Solution untuk Pilihan Halal-Haram dengan Meminimalkan Budget Line	25
Gambar 2. 8 Corner Solution, Kemiringan Fungsi Utility lebih Curam dibanding dengan Budget Line	25
Gambar 2. 9 Corner Solution, Kemiringan Fungsi Utility lebih Landai dibandingkan dengan Budget Line.	26
Gambar 2. 10 Optimal Konsumsi dengan Memaksimalkan Penggunaan Budget Line	27
Gambar 2. 11 Suboptimal Solution, Barang halal X dan Barang haram Y	29
Gambar 2. 12 Permintaan terhadap Bararng Haram Y pada Darurat Point.....	30
Gambar 2. 13 Fungsi Produksi dengan Dua Variabel Independen	35
Gambar 2. 14 Garis Biaya Sama (Isocost).....	36
Gambar 2. 15 Persinggungan Kurva Isocost dan Isoquant	37
Gambar 2. 16. Hubungan antara Ketersediaan untuk Berproduksi dengan Kurva Penawaran.....	40
Gambar 2. 17 Perumusan Kurva Penawaran Sektor Industri.....	41

Gambar 2. 18 Kurva Indifference Pendapatan	46
Gambar 2. 19 Optomal Solution	47
Gambar 2. 20 Label Halal pada Kemasan Produk	53
Gambar 2. 21 Label Halal yang Baru pada Kemasan Produk.....	55
Gambar 2. 22 Skema Penelitian	66
Gambar 4. 1 Uji Heterokedastisitas Scatterplot	99
Gambar 4. 2 Histogram Normalitas	101
Gambar 4. 3 Normal P-P PLOT	101

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	121
Lampiran 2 Data Estimasi Regresi Linear Berganda.....	125
Lampiran 3 Data Estimasi Regresi Linear Berganda bentuk Interval.....	132
Lampiran 4 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	139
Lampiran 5 Uji Regresi Linear Berganda	140
Lampiran 6 Uji Asumsi Klasik	140
Lampiran 7 Uji Signifikansi.....	143
Lampiran 8 Dokumentasi.....	144

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

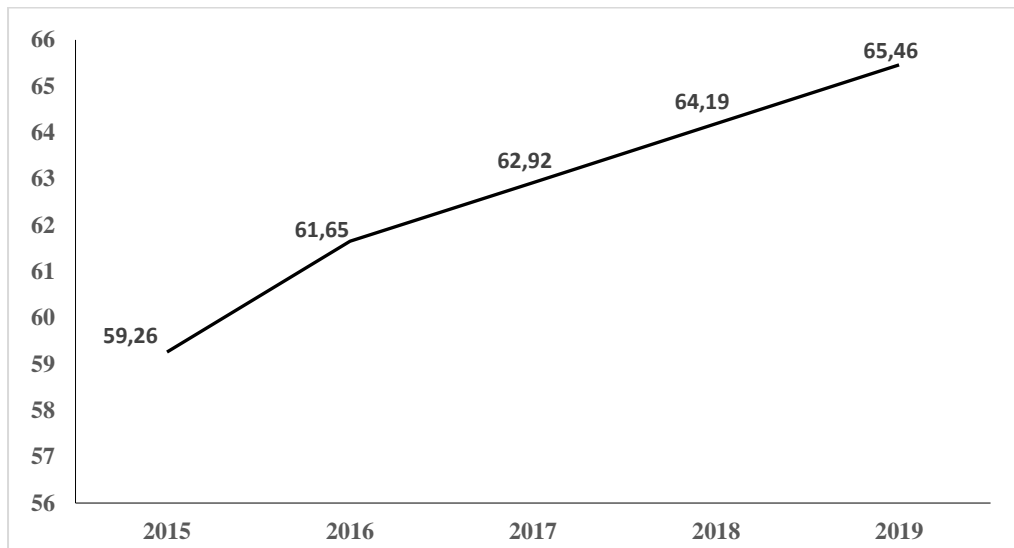
UMKM atau Usaha, mikro, kecil dan menengah sangat berpotensi dalam membangun ekonomi nasional. Dalam proses untuk menciptakan lapangan bagi para tenaga kerja UMKM bisa menjadi pilar utama atau prioritas dalam sistem ekonomi untuk meminimalkan permasalahan pengangguran dan kemiskinan dalam perekonomian di negara. UMKM juga dapat berperan dalam pemerataan pembangunan negara. Keberadaan UMKM dapat menjadi hal yang vital dalam ekonomi, dimana dalam keadaan perekonomian yang kurang kondusif UMKM mampu mengurangi beban secara signifikan terhadap perekonomian. Usaha mikro, kecil dan menengah atau UMKM memiliki peran penting dalam pertumbuhan, perkembangan, pengaturan ekonomi dalam perekonomian (Arinawati, 2018).

Terbukti sekali di tengah krisis yang terjadi pada tahun 1997, dimulai dengan krisis biaya satuan pada perekonomian perunit terhadap dolar negara Amerika serta krisis moneter yang berdampak tidak hanya pada dunia tetapi juga pada perekonomian di Indonesia. Hal ini seringkali menjadi pedoman yang sangat diperlukan untuk melihat kembali sebuah pembangunan terhadap ekonomi yang sebenarnya mengandung struktur yang kokoh dan bisa bertahan di dalam situasi apapun dan khususnya pada saat krisis ekonomi. Begitu krisis melanda dunia, secara mekanis juga memperburuk kondisi perekonomian di Indonesia, sepanjang tahun 1997 hingga 1998, hanya pada sektor UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) yang siap dan tetap kuat berdiri kokoh. Sektor ini tetap eksis meski

beberapa perusahaan menengah dan besar mengalami stagnasi bahkan berhenti. Hal ini sering terjadi karena meskipun pendapatan masyarakat berkurang selama krisis ekonomi, hal itu tidak berdampak pada permintaan produk dan layanan yang diciptakan oleh UMKM (Suci, 2017).

Berbeda dengan kondisi perusahaan menengah keatas yang justru mengalami penurunan produksi karena permintaan pasarnya berkurang dan banyak yang gulung tikar. Sedangkan usaha mikro, kecil dan menengah dapat dibantu oleh Koperasi dan UKM agar bisa menyelamatkan perekonomian dan mampu mendorong dan meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Kedudukan UMKM selaku penyangga perekonomian tidak perlu diragukan lagi, dalam pembangunan ekonomi di sesuatu negeri, kedudukan usaha kecil berkontribusi bisa menanggulangi permasalahan ekonomi misalnya kurangi pengangguran, penyerapan tenaga kerja serta bisa menciptakan inovasi.

Peran UMKM antara lain: (1) penyerapan pada tenaga kerja (2) pemerataan terhadap pendapatan (3) Nilai Tambah bagi produk didaerah (4) meningkatkan taraf taraf hidup (Suci 2017). Usaha mikro, kecil dan menengah sangat memberikan pengaruh terhadap keadaan ekonomi di Indonesia dimana kontribusi yang diberikan UMKM terhadap perekonomian Indonesia sangat besar pada bermacam bidang ialah:(1) Jumlah pada Unit Usaha di Indonesia, (2) Donasi jumlah Tenaga Kerja, (3) Donasi pada PDB, (4) Donasi terhadap Ekspor Non Migas, (5) Donasi terhadap Investasi (Thaha, 2020).



Sumber : data diolah dari Kemenkopukm (<https://kemenkopukm.go.id>)

Gambar 1. 1 Perkembangan Unit Usaha Umkm di Indonesia (unit)

Berdasarkan gambar 1.1 diatas bahwa UMKM di Indonesia terus meningkat secara signifikan dari tahun 2015 sampai tahun 2019, dimana pada tahun 2015 unit usaha UMKM yang ada sebesar 59,262,772 unit dan pada tahun 2019 unit usah UMKM meningkat sebesar 65,465,497, peningkatan ini tidak serta-merta terjadi dimana ada campur tangan pemerintah, swasta dan pelaku usaha perorangan karena Usaha mikro, kecil dan menengah menjadi sebuah wadah yang baik untuk menciptakan sebuah lapangan pekerjaan agar dapat mengurangi masalah pengangguran dan kemiskinan.

Salah satu dukungan pemerintah adalah di terbitkannya peraturan pemerintah yaitu UUD No 20 Pasal 1 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UU UMKM) kemudian terjadi perubahan pada beberapa ketentuan antara lain pada kriteria UMKM. Undang-undang yang baru yaitu undang-undang Nomor 7 tahun 2021 yaitu tentang Kemudahan, Perlindungan dan Pemberdayaan

pada Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (PP UMKM). UMKM juga merupakan usaha yang memiliki potensi untuk berkembang dalam perekonomian nasional, karena UMKM dapat bertahan dalam keadaan krisis ekonomi, mampu untuk ikut serta dalam meningkatkan pendapatan perkapita dan mengembangkan perekonomian negara dan juga bisa membuat ekonomi daerah dapat dikenal dan memberikan peluang bisnis bagi pelaku usaha di daerah (Halim, 2020).

Sejalan dengan penelitian Yuli Rahmini Suci dimana Data BPS (Badan Pusat Statistik) memberikan informasi mengenai situasi setelah krisis ekonomi, dimana jumlah UMKM tidak mengalami penurunan justru mengalami peningkatan, bahkan bisa menyerap 85 juta sampai dengan 107 juta tenaga kerja hingga tahun 2012. Pada tahun itu jumlah pelaku usaha di Indonesia sebesar 56.539.560 unit. Dari jumlah pelaku usaha, UMKMnya sebesar 56.534.592 unit atau setara dengan 99,99%. Sisanya sekitar 0,01% atau sebesar 4.968 unit merupakan Usaha besar.

Pertumbuhan UMKM ini karena adanya dukungan dari pemerintah untuk mengurangi masalah pengangguran melalui pengembangan UMKM yang telah dicanangkan oleh Presiden Yudhoyono pada tanggal 26 februari tahun 2005, terdapat empat kegiatan yaitu, (1) peningkatan iklim usaha yang tertib, (2) pertumbuhan sistem usaha, (3) pertumbuhan wirausaha dan keunggulan yang kompetitif, (4) pemberdayaan pada usaha skala mikro (Suci, 2017).

Arif Rahman Hakim, Sekretaris Kementerian Koperasi dan UKM Tahun 2020, mengatakan senada dengan peristiwa kuantitas pelaku usaha mikro yang sudah terkenal dengan menggunakan pendekatan informasi yang bersumber dari Survei Tenaga Kerja Nasional (Sakernas) Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun

2019 dan 2020. Usaha mikro informal, masing-masing orang yang bekerja lepas tanpa bantuan pegawai atau dibantu oleh pekerja tidak tetap, pada tahun 2020 bertambah 1,18 juta orang (2,62 persen) dari 45,07 juta orang pada tahun 2019 menjadi 46,25 juta orang pada tahun 2020.

Peningkatan usaha mikro di sektor informal disebabkan oleh kurangnya lapangan kerja atau penurunan jumlah tenaga kerja di sektor formal sebanyak 6,03 juta orang (10,7%) dari 56,80 juta orang pada tahun 2019 menjadi 50,77 juta orang pada tahun 2020, dari 56,80 juta orang pada tahun 2019 menjadi 56,80 juta orang pada tahun 2020. Sementara itu, jumlah pelaku usaha kecil dan kecil formal (dibantu pekerja tetap) menurun sebesar 412,39 ribu orang (9,24 persen) dari 4,46 juta orang pada tahun 2019 menjadi 4,05 juta jiwa pada 2020, dimana jumlah mikro, kecil, dan menengah terus berubah akibat pandemi virus Covid-19. Namun, modifikasi yang terjadi tidak menurunkan jumlah pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah hingga 30 juta (Kemenkop UKM 2021).

Tabel 1. 1 Jumlah Output UMKM (Unit) 2017-2019

Tahun	Mikro			Kecil		
	Makanan	Minuman	Pengolahan Tembakau	Makanan	Minuman	Pengolahan Tembakau
2017	124941230	7960848	4337729	62553429	885947	14264791
2018	159609865	7076170	6256539	54107181	845866	7936131
2019	134100526	7242966	3489341	61927742	454740	7474624

Sumber : data diolah dari BPS (<https://www.bps.go.id>)

Berdasarkan tabel 1.1 diatas dapat dilihat bahwa sektor usaha makanan (kuliner) berada pada urutan pertama, ini menandakan banyak peminatnya dan juga modal yang digunakan kecil, sektor ini tidak akan pernah sepi karena makanan merupakan kebutuhan pokok manusia dan diperkirakan akan terus berkembang dan tumbuh seiring dengan kebutuhan manusia, sektor ini berada pada tingkat teratas meskipun mengalami kenaikan dan penurunan jumlahnya.

Namun pada tahun 2020 produksi pada setiap sektor mengalami penurunan termasuk juga pada usaha makanan, penurunan produksi yang terjadi sebesar -9.52 persen pada tahun 2020. Penelitian Ananda Desmayonda dan Arlin Ferlina Mochamad Trenggana (2019) mengatakan bahwa usaha makanan yang ada di Indonesia mempunyai kesempatan yang besar untuk terus berkembang, Peningkatan pada usaha makanan disebabkan oleh peran sebuah makanan yang tidak lagi hanya sekedar untuk bisa memenuhi kebutuhan sehari-hari manusia, tetapi makanan telah dinilai mampu melengkapi dalam hal gaya hidup masyarakat sekarang (Trenggana, 2019).

Semakin pesatnya inovasi pada dunia kuliner maka diperlukannya usaha dalam perlindungan terhadap konsumen dengan membuat sistem atau lembaga perlindungan yang memiliki unsur kepastian hukum dan harus bisa terbuka terhadap informasi serta akses yang ada untuk mendapatkan informasi. Hal ini dengan alasan bahwa salah satu upaya otoritas publik untuk mengamankan pelanggan adalah dengan memberikan sertifikasi kehalalan produk, yang kemudian diintegrasikan ke dalam Peraturan Nomor 33 Tahun 2014 yang mengatur tentang jaminan kehalalan produk (Trenggana, 2019).

Kepastian suatu produk halal memiliki arti dan kemampuan untuk memberikan kenyamanan, keamanan, kesejahteraan, dan kepercayaan kepada masyarakat luas atas ketersediaan produk halal untuk dikonsumsi dan digunakan. Sertifikasi produk halal juga dapat memberikan insentif tambahan bagi bisnis untuk mengembangkan dan menjual barang-barang halal. Barang yang telah diuji di Lembaga Pengkajian Pangan, Obat, dan Makanan Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI) akan mendapatkan autentikasi halal dan diperbolehkan mencantumkan label halal pada kemasan produknya. Label halal akan memberikan informasi tentang produk dan meningkatkan daya tariknya (Djoharsyah, 2019).

Menurut Burhanuddin (2011), kehalalan suatu produk saat ini menjadi persyaratan wajib bagi konsumen, inilah yang mendukung pentingnya UU Jaminan Produk Halal khususnya konsumen Muslim, karena penduduk Muslim Indonesia menjadikannya pasar konsumen Muslim. hingga masalah halal, baik dari komunitas Muslim maupun non-Muslim. Bahkan non-Muslim percaya bahwa, dari segi kualitas, produk bersertifikat halal lebih berharga dan terpercaya daripada yang tidak bersertifikat halal (Anwar, 2020).

Selain labelisasi halal, religiusitas, harga dan pendapatan bahkan dapat mempengaruhi permintaan atau perilaku konsumen dalam membuat keputusan, di mana religiusitas adalah apresiasi seseorang terhadap keyakinan yang melibatkan simbol, keyakinan, nilai, dan perilaku yang didorong oleh kekuatan agama. religiusitas dapat digambarkan karena konsistensi antara keyakinan terhadap agama sebagai komponen ciri psikologis, perasaan beragama sebagai elemen afeksi dan perilaku terhadap agama sebagai elemen proses jasmani. Sejauh mana seseorang

berkomitmen pada agamanya tergantung pada tingkat religiusnya karena mengacu pada keyakinan, nilai-nilai agama, dan aktivitas spiritual dalam kehidupan sehari-hari (Trenggana, 2019).

Harga dan Pendapatan saling berkaitan dimana harga mempengaruhi terhadap keuntungan finansial sesuai dengan Crisdandi (2015:22), yang menyatakan bahwa harga sangat mempengaruhi pendapatan. Hal ini dapat terjadi karena, seandainya harga produksi suatu produk meningkat, maka pendapatan juga akan meningkat, sedangkan harga penjualan produk akan meningkatkan pendapatan operasional. Pada prinsipnya, semakin tinggi harga jual, semakin tinggi pendapatannya. perusahaan harus mencari nilai-nilai yang dapat memperkuat nilai perusahaan. nilai yang diberikan pada suatu produk akan mempengaruhi pendapatan perusahaan dan akan mempengaruhi manfaatnya (Yunsepa, 2020).

Harga yang ditetapkan perusahaan harus konsisten dan sesuai dengan indikator nilai harga adalah 1) kesederhanaan dalam harga, 2) kewajaran harga terhadap kualitas barang, 3) daya saing pada harga, 4) kesesuaian pada harga dan keuntungan atau manfaat, 5) harga sesuai harapan yang diinginkan para konsumen. Sedangkan pendapatan konsumen adalah permintaan dan merupakan keinginan serta kemampuan untuk membayar suatu produk, ketika penghasilan meningkat, maka permintaan produk juga akan meningkat. Artinya jika harga terjangkau dan konsumen memiliki keinginan dan pendapatannya mampu untuk membayar sebuah produk maka permintaan konsumen terhadap produk akan meningkat (Situmorang, 2018).

Salah satu produk yang terkenal dan viral serta menjadi favorit di kota Palembang ialah martabak kapten dimana usahanya berbentuk kemitraan. Martabak Kapten berdiri pada tahun 2014, dan resminya pada tanggal 1 Februari tahun 2015 oleh ownernya yaitu bapak Muhammad Rofiq dan selaku managernya yaitu bapak Aprianto, outlet yang berada di Palembang. Martabak kapten ini mempunyai banyak rasa, dan yang menjadi favorit adalah karena banyaknya pilihan topping ada yang 8 rasa dan 10 rasa selain itu martabaknya juga disajikan dalam bentuk pizza. Martabak kapten juga selalu melakukan inovasi pada menu agar semakin bervariasi sehingga pelanggan tidak akan pernah bosan untuk menikmati Martabak Kapten.

Awal berdirinya martabak kapten ini mendapatkan omzet yang besar yaitu 8 juta rupiah dan pada saat itu belum memiliki sertifikat dan label halal. Seiring waktu berjalan martabak kapten mendapatkan banyak penghargaan dan juga yang paling penting martabak kapten mendapatkan sertifikat dan labelisasi halal dengan adanya labelisasi halal membuat konsumen menjadi semakin percaya terhadap produk martabak kapten dan juga mengalami peningkatan omzet sebesar 30% dan stabil hingga sekarang. Martabak kapten juga memiliki program yang mulia yaitu program jum'at berbagi dimana martabak kapten membagikan kepanci asuhan dan juga masjid.

Pada tanggal 9 Maret 2018, Martabak Kapten mendapatkan penghargaan *Franchise Startup Award (FSA) 2018* sebagai *The Best Business Opportunity* dari Majalah *Franchise* dan *Franchise News & Business Concept (IFBC)* di Balai Kartini Jakarta. Martabak memperoleh Sertifikat Halal Nomor 22. 20. 000632.

05.18 dari LPPOM Majelis Ulama Indonesia (MUI) pada Mei 2018/Ramadhan 1439 H agar terus meningkatkan kepercayaan konsumen kepada kami. Martabak Captain merupakan martabak favorit konsumen Go-Food dan Grab-Food Palembang hingga tahun 2021.

Berdasarkan latar belakang penelitian ini bertujuan untuk menguji “**Pengaruh Pendapatan, Religiusitas, Harga dan Labelisasi Halal Terhadap Permintaan Produk UMKM Martabak Kapten di Kota Palembang**”.

1.2. Rumusan Masalah

Bagaimana Pengaruh Pendapatan, Religiusitas, Harga dan Labelisasi Halal Terhadap Permintaan Produk UMKM Martabak Kapten di Kota Palembang?

1.3. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui Pengaruh Pendapatan, Religiusitas, Harga dan Labelisasi Halal Terhadap Permintaan Produk UMKM Martabak Kapten di Kota Palembang.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

Secara akademis manfaat yang diharapkan berdasarkan penelitian ini bisa dijadikan sumber-sumber serta untuk menjadi referensi bagi para akademis, dan memperbanyak wawasan pengetahuan khususnya pada bidang ilmu ekonomi jurusan ekonomi pembangunan. Dan diharapkan bisa menjadi sumber bacaan bagi para akademis tentang Pengaruh Pendapatan, Religiusitas, Harga dan

Labelisasi Halal Terhadap Permintaan Produk UMKM Martabak Kapten di Kota Palembang.

2. Manfaat Praktis

Secara praktisi hasilnya bisa memberikan informasi yang akurat tentang Pengaruh Pendapatan, Religiusitas, Harga dan Labelisasi Halal Terhadap Permintaan Produk UMKM Martabak Kapten di Kota Palembang, dan untuk seluruh konsumen dapat mengetahui informasi tentang produk Martabak Kapten dan bagi produsen Martabak Kapten dapat mengetahui informasi tentang permintaan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, Valdin Lazuardi, and Setyo Pantawis Pantawis. 2020. "Pengaruh Pendapatan Terhadap Permintaan Properti Komersial Dan Keputusan Investasi Di Kota Semarang." *ECONBANK: Journal of Economics and Banking* 2(2): 138–47.
- Alfian, Ian, and Muslim Marpaung. 2017. "Analisis Pengaruh Label Halal, Merk Dan Harga Terhadap Keputusan Di Kota Medan." *At-Tawassuth* 2(1): 122–45.
- Ananda Desmayonda, Arlin Ferlina Mochamad Trenggana. 2019. "Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Intervening Di Mujigae Resto Bandung." *Ekonomi dan Bisnis* 12(1): 1–95.
- Andini, Vera, Dinnul Alfian Akbar, and Chandra Zaky Maulana. 2021. "Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Intervening Pada Usaha Pempek Di Kota Palembang." *Forum Bisnis dan Kewirausahaan Jurnal Ilmiah STIE MDP* 10(2): 137–48. <https://jurnal.mdp.ac.id/index.php/forbiswira/article/view/804/211>.
- Astogini, Dwiwiyati, Wahyudin, and Siti Zulaikha Wulandari. 2011. "Aspek Religiusitas Dalam Keputusan Pembelian Produk Halal." *Jeba* 13(1): 1–8.
- Budiman, Fathan. 2020. "Sertifikasi Halal Bagi Masyarakat Kabupaten Boyolali Jawa Tengah (Studi Tentang Keputusan Pembelian Produk Herbal Penawar Alwahida Indonesia)." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 6(2): 379.
- Buyunga Ali Sihombing dan Baharuddin. 2018. "Metode Studi Islam." *Ciptapustaka Media* 4: 144.
- DESWENI, SELLY PRIMA. 2018. "Pengaruh Modal Dan Tenaga Kerja Terhadap Produksi Sektor Industri Pengolahan Di Sumatera Barat." *Jurnal Daya Saing* 4(1): 80–87.
- Febriyana, Rangga, Sampurno, and Djoharsyah. 2019. "Pengaruh Label Halal , Kualitas , Dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Natur-E Pada Konsumen Muslim Di Kota Bogor." *Jurnal Bisnis dan Komunikasi* 6 (2): 127–35.
- Halim, Abdul. 2020. "Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Mamuju." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan* 1(2): 157–72. <https://stiemmamuju.e-journal.id/GJIEP/article/view/39>.
- Haryanti, Nine. 2019. "Teori Permintaan Dalam Perspektif Ekonomi Islam Dan

- Konvensional.” *Jurnal Ilmu Akuntansi dan Bisnis Syariah* 1(02): 215–24.
- Helmalia, and Arinawati. 2018. “Pengaruh E-Commerce Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Di Kota Padang.” *JEBI (Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam)* 3(2): 237.
- Imamuddin, M. 2017. “Pengaruh Label Halal Dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Mahasiswa IAIN Bukittinggi T.A 2016/2017.” *Ekonomika Syariah* 1(1): 34–47.
- Imrotus Sholiha. 2018. “Teori Produksi Dalam Islam Imroatus Sholiha □.” *IAI Ibrahimy* 4(2): 19.
- Ir. Adiwarmanto A. Karim, S.E, M.B.A., M.A.E.P. 2017a. *Ekonomi Mikro Islam*. Edisi 5. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- A. Karim. 2017b. *Ekonomi Mikro Islam*. Edisi 5. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- A. Karim. 2017c. *Ekonomi Mikro Islam*. Edisi 5. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Iwan Permana. 2020. “Kata Kunci : Teori , Penawaran , Permintaan , Ekonomi Islam .” *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 2: 6–20.
- Janna, N. M. 2020. “Konsep Uji Validitas Dan Reliabilitas Dengan Menggunakan SPSS.” *Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Darul Dakwah Wal-Irsyad (DDI) Kota Makassar* (18210047): 1–13.
- Kamma, Hamzah. 2015. “Urgensi Teori Produksi Dan Perilaku Produsen Dalam Perspektif Islam.” *Muamalah* 5(1): 59–70.
<http://ejournal.iainpalopo.ac.id/index.php/muamalah/article/view/671>.
- Kapten, Martabak. “Martabak Kapten.” © 2017 - martabakkapten.com.
<https://www.martabakkapten.com/> (January 28, 2022).
- Kasdi, Abdurrohman. 2016. “Permintaan Dan Penawaran Dalam Mempengaruhi Pasar (Studi Kasus Di Pasar Bintoro Demak).” *BISNIS: Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam* 4(2): 18.
- KemenkopUKM, Humas Kementerian Koperasi. 2021. “Seskemenkopukm: Tidak Ada Pengurangan Jumlah Pelaku Usaha Formal Dan Informal Hingga 30 Juta Orang.” @KemenkopUKM.
<https://kemenkopukm.go.id/read/seskemenkopukm-tidak-ada-pengurangan-jumlah-pelaku-usaha-formal-dan-informal-hingga-30-juta-orang> (March 1, 2022).
- Kurniaputri, Mega Rachma. 2020. “Brand Equity Dan Labelisasi Halal Dalam

- Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Produk Lifebuoy.” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 6(3): 450.
- Mashuri, Mashuri. 2019. “Analisis Permintaan Dengan Pendekatan Masalah.” *BALANCA : Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* 1(1): 92–109.
- Maulidah, Fadlillah, and Ady Soejoto. 2017. “Pengaruh Tingkat Pendidikan, Pendapatan Dan Konsumsi Terhadap Jumlah Penduduk Miskin Di Provinsi Jawa Timur.” *Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan* 3(2): 227.
- Muawanah. 2017. “Permintaan Dan Penawaran Dalam Islam.” *Jurnal Syariah dan Hukum Islam* 2(2): 111–27.
- Muhammad Rizqi Saifuddiin, Kusuma Chandra Kirana, and Gendro Wiyono. 2021. “Pengaruh Labelisasi Halal Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Kosmetik.” *Ilmiah Akunatansi* 3(2): 146–64.
- Nugroho, W A D I, and K Anwar. 2020. “Hubungan Religiusitas Dan Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Non Makanan Dan Minuman.” ... *dan Bisnis Islam* 3: 13–25.
<https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jei/article/view/33999>.
- Panggabean, Devi Sari Oktavia, Efori Buulolo, and Natalia Silalahi. 2020. “Penerapan Data Mining Untuk Memprediksi Pemesanan Bibit Pohon Dengan Regresi Linear Berganda.” *JURIKOM (Jurnal Riset Komputer)* 7(1): 56.
- Rahayu, Yuyun Puji. 2018. “Elastisitas Harga Dan Pendapatan Terhadap Permintaan Kredit Sepeda Motor Di Kabupaten Manokwari.” *Perisai : Islamic Banking and Finance Journal* 2(2): 158–70.
- Rakhi, Hayet. 2019. “Analisis Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik: Studi Kasus Kota Pontianak.” *ISLAMICONOMIC: Jurnal Ekonomi Islam* 10(1): 21–38.
- Rifani, Muhammad. 2018. “Pengaruh Harga Karpets, Pendapatan Konsumen Dan Usia Terhadap Permintaan Karpets Di Pasar Sudimampir Kota Banjarmasin.” *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. 1(2): 272–82.
- Sahir, Syafrida Hafni, Atika Ramadhan, and Eka Dewi Setia Tarigan. 2018. “Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area Medan.” *Jurnal Bisnis dan Manajemen* 2(031): 130.
- Segati, Ahad. 2014. “Pengaruh Persepsi Sertifikasi Halal, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Persepsi Peningkatan Penjualan Ahda Segati.”

- Sihotang, Mutiah Khaira, Hasanah Uswah, and Haris Al Amin. 2018. "Pengaruh Religi Dan Harga Terhadap Permintaan Perumahan Syariah Di Kota Medan." 20(2).
- Situmorang, Maria Kristina. 2018. "Pengaruh Harga Dan Pendapatan Konsumen Terhadap Permintaan Rumah Tipe 36." *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen* 1(1): 90–98.
- Suci, Yulia Rahmini. 2017. "Perkembangan UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) Di Indonesia." *Jurnal Ilmiah fakultasi Ekonomi*.
- Tala, Olifia, and Herman Karamoy. 2017. "Analisis Profitabilitas Dan Leverage Terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia." *Accountability* 6(1): 57.
- Taufiq, Taufiq, Zamruddin Hasid, and Akhmad Noor. 2018. "Pengaruh Harga Dan Pendapatan Perkapita Terhadap Permintaan Uang Windu." *Forum Ekonomi* 20(1): 46.
- Thaha, Abdurrahman Firdaus. 2020. "Dampak Covid-19 Terhadap UMKM Di Indonesia." *Jurnal Lentera Bisnis* 2(1): 147–53.
<http://ejournals.umma.ac.id/index.php/brand>.
- Vristiyana, Visca Mirza. 2019. "Pengaruh Religiusitas Dan Pengetahuan Produk Halal Terhadap Penilaian Produk Halal Dan Minat Pembelian Produk Halal (Studi Kasus Pada Industri Makanan)." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 20(1): 85.
- Widyaningrum, Premi Wahyu. 2016. "Pengaruh Label Halal Dan Celebrity Endoser Terhadap Keputusan Pembelian." *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia* Volume VI(2):Hal83-98.
<http://almaata.ac.id/ejournal1532/index.php/JESI/article/view/398/367>.
- Widyaningrum, Premi Wahyu. 2019. "Pengaruh Label Halal, Kesadaran Halal, Iklan, Dan Celebrity Endorser Terhadap Minat Pembelian Kosmetik Melalui Variabel Persepsi Sebagai Mediasi (Studi Pada Civitas Akademika Universitas Muhammadiyah Ponorogo)." *Capital: Jurnal Ekonomi dan Manajemen* 2(2): 74.
- Yunsepa, Yopi. 2020. "Pengaruh Harga Kopi Terhadap Pendapatan Petani Pada Distributor Al-Azaam Di Kecamatan Sungai Are Kabupaten Oku Selatan." *Jurnal KOLEGIAL* 8(1): 1–11.