

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian nasional karena mampu menyerap tenaga kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta mendorong pertumbuhan ekonomi daerah. Persaingan pasar yang semakin ketat mendorong pelaku usaha meningkatkan daya saing, pelaku UMKM perlu memahami faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumen agar mampu meningkatkan minat dan keputusan pembelian terhadap produk yang ditawarkan. Salah satu faktor utama yang perlu dipahami adalah bagaimana konsumen mengambil keputusan pembelian.

Perkembangan Industri halal menunjukkan prospek pertumbuhan yang sangat menjanjikan, khususnya di Indonesia yang mayoritas penduduknya beragama Islam, yaitu sekitar 87,2% berdasarkan data Badan Pusat Statistik tahun 2024. Kondisi ini menjadikan kebutuhan terhadap produk halal semakin tinggi, karena konsep halal merupakan bagian dari kewajiban dalam ajaran Islam sehingga produk yang telah bersertifikat halal lebih diminati oleh masyarakat Muslim. Disamping itu, tingkat kesadaran masyarakat terhadap pentingnya mengonsumsi produk bersertifikat halal juga terus mengalami peningkatan. Hal ini sejalan dengan berkembangnya gaya hidup halal (halal lifestyle) yang semakin luas diterapkan dalam kehidupan sehari-hari, terutama di kalangan umat Islam. (Yasika et al., 2023).

Dalam Al Quran, Allah Swt. memerintahkan umat Islam untuk mengonsumsi makanan yang halal dan baik (thayyib). Perintah tersebut dijelaskan dalam QS. Al-Baqarah ayat 168:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ ۚ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ

Artinya: *Wahai manusia! Makanlah dari (makanan) yang halal lagi baik yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan. Sungguh, setan itu musuh yang nyata bagimu.”* (QS. Al-Baqarah: 168)

Ayat tersebut menjelaskan bahwa Allah SWT memerintahkan manusia untuk mengonsumsi makanan yang halal dan thayyib (baik). Halal berarti makanan yang sesuai dengan ketentuan syariat Islam, sedangkan thayyib berarti makanan yang bersih, aman, dan bermanfaat bagi kesehatan. Selain itu, ayat ini juga mengingatkan umat Islam agar menghindari makanan yang haram atau tidak jelas kehalalannya. Oleh karena itu, setiap Muslim dianjurkan untuk selektif dalam memilih makanan yang dikonsumsi agar sesuai dengan ajaran Islam dan memberikan manfaat bagi kehidupan.

Berdasarkan ayat tersebut, pelaku usaha, termasuk UMKM, memiliki tanggung jawab untuk menyediakan produk yang halal dan baik sesuai dengan ketentuan syariat Islam. Oleh karena itu, penerapan label halal dan pelayanan Islami menjadi aspek penting dalam meningkatkan kepercayaan konsumen serta mendorong keputusan pembelian terhadap produk UMKM.

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Provinsi Aceh mengalami perkembangan yang cukup pesat dalam beberapa tahun terakhir. Berdasarkan data Dinas Koperasi dan UKM Aceh, jumlah UMKM mencapai

sekitar 424.850 unit pada tahun 2024 dan meningkat menjadi sekitar 624.477 unit pada tahun 2025 atau tumbuh sekitar 68 persen. Pertumbuhan tersebut menunjukkan bahwa sektor UMKM semakin menjadi penggerak utama perekonomian daerah, terutama dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta mendukung pertumbuhan ekonomi berbasis potensi lokal. Meskipun demikian, sebagian besar UMKM di Aceh masih didominasi oleh usaha mikro yang menghadapi berbagai tantangan, seperti keterbatasan modal, rendahnya kemampuan pemasaran digital, kurangnya inovasi produk, dan terbatasnya akses terhadap pasar yang lebih luas. Oleh karena itu, diperlukan dukungan pemerintah, lembaga keuangan, serta peningkatan kapasitas pelaku usaha agar UMKM di Aceh mampu meningkatkan daya saing dan berkembang secara berkelanjutan.

Sebagai provinsi yang menerapkan syariat Islam, Aceh memiliki karakteristik konsumen yang cenderung lebih memperhatikan aspek kehalalan suatu produk dibandingkan daerah lain. Hal ini menjadikan label halal tidak hanya sebagai identitas produk, tetapi juga sebagai bentuk jaminan yang memberikan rasa aman dan meningkatkan kepercayaan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Dengan demikian, penerapan sertifikasi halal menjadi salah satu upaya penting dalam meningkatkan daya saing UMKM di Aceh (UU Nomor 33 Tahun 2014)

Perkembangan UMKM di Provinsi Aceh juga tercermin pada Kota Lhokseumawe sebagai salah satu pusat pertumbuhan ekonomi di wilayah pantai utara Aceh. Kota Lhokseumawe memiliki aktivitas perdagangan dan jasa yang

cukup tinggi sehingga mendorong berkembangnya berbagai sektor usaha mikro, kecil, dan menengah, khususnya pada bidang kuliner, perdagangan, jasa, serta industri rumah tangga. Keberadaan UMKM di Kota Lhokseumawe berperan penting dalam meningkatkan pendapatan masyarakat, menciptakan lapangan kerja, serta memperkuat perekonomian daerah. Pemerintah Kota Lhokseumawe juga terus mendorong pengembangan UMKM melalui berbagai program pelatihan, pendampingan, digitalisasi usaha, fasilitasi perizinan, serta peningkatan kualitas produk agar mampu bersaing di pasar yang lebih luas.

Kota Lhokseumawe memiliki potensi besar dalam pengembangan sektor UMKM, Meningkatnya jumlah pelaku usaha pada sektor tersebut menunjukkan bahwa tingkat persaingan usaha semakin tinggi sehingga setiap pelaku UMKM dituntut mampu menciptakan keunggulan kompetitif. Dalam konteks masyarakat muslim, keunggulan tersebut tidak hanya berasal dari kualitas produk, tetapi juga dari adanya jaminan kehalalan produk serta pelayanan yang sesuai dengan nilai-nilai Islam sehingga dapat meningkatkan kepercayaan dan keputusan pembelian konsumen

Meskipun begitu, pertumbuhan usaha kecil menengah di Kota Lhokseumawe masih menghadapi berbagai hambatan. Persaingan bisnis yang semakin sengit, perubahan cara belanja masyarakat, kenaikan biaya membuat barang, serta penggunaan teknologi digital yang belum maksimal menjadi beberapa hambatan yang dihadapi oleh pelaku UMKM. Selain itu, semakin tingginya kesadaran masyarakat tentang kualitas produk, keamanan pangan, dan kehalalan membuat para pelaku usaha diwajibkan tidak hanya menghasilkan

produk berkualitas, tetapi juga memberikan pelayanan yang baik serta mampu membangun kepercayaan dari konsumen dengan memiliki label halal. Kondisi ini menunjukkan bahwa pengusaha UMKM harus mampu menyesuaikan diri dengan kebutuhan dan selera konsumen agar bisa tetap bersaing dalam bisnisnya.

Salah satu sektor UMKM yang mengalami perkembangan di Kota Lhokseumawe adalah usaha bakery. Pertumbuhan usaha bakery dipengaruhi oleh meningkatnya permintaan masyarakat terhadap produk roti, kue, dan makanan siap saji yang praktis. Selain itu, bertambahnya jumlah pelaku usaha bakery menyebabkan tingkat persaingan semakin tinggi. Setiap pelaku usaha dituntut untuk menawarkan produk yang berkualitas, memiliki label halal yang jelas, serta memberikan pelayanan yang sesuai dengan nilai-nilai Islam agar mampu menarik minat konsumen dan mempertahankan loyalitas pelanggan. Oleh karena itu, pemahaman mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen menjadi sangat penting bagi keberlangsungan UMKM bakery di Kota Lhokseumawe.

Menurut data yang dihimpun oleh Dinas Perdagangan, Perindustrian, Koperasi, dan UMK Kota Lhokseumawe, saat ini terdapat 6.848 unit UMKM di Kota Lhokseumawe. Dari jumlah tersebut, sebanyak 6.438 unit termasuk dalam kriteria mikro, 439 unit dalam kriteria kecil, dan 60 unit dalam kriteria menengah. UMKM-UMKM ini tersebar di berbagai sektor strategis seperti perdagangan, pertanian, industri, perikanan, transportasi, dan peternakan.

Tabel 1. 1 Data UMKM Kuliner Bakery, dan Kerajinan

No	Jenis Usaha	Jumlah Umkm (unit)
1	Kuliner	1.120
2	Bakery	210
3	Kerajinan Tangan	165
Total Umkm sektor kuliner dan industry kreatif		1.495

Sumber: Dinas Perindustrian Koperasi dan UKM Kota Lhokseumawe, 2026

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa jumlah UMKM pada sektor kuliner, bakery, dan kerajinan tangan di Kota Lhokseumawe mencapai 1.495 unit usaha. Dari jumlah tersebut, usaha kuliner merupakan sektor yang paling dominan dengan jumlah 1.120 unit usaha, kemudian diikuti oleh usaha bakery sebanyak 210 unit usaha, dan usaha kerajinan tangan sebanyak 165 unit usaha. Hal ini menunjukkan bahwa sektor kuliner memiliki peran yang cukup besar dalam perkembangan UMKM di Kota Lhokseumawe.

Data tersebut menunjukkan bahwa usaha bakery merupakan salah satu subsektor kuliner yang memiliki perkembangan cukup pesat di Kota Lhokseumawe. Pertumbuhan jumlah pelaku usaha bakery mengakibatkan persaingan pasar menjadi semakin ketat sehingga setiap pelaku usaha dituntut untuk mampu mempertahankan kepercayaan konsumen. Salah satu upaya yang dapat dilakukan adalah dengan menyediakan produk yang telah memenuhi ketentuan halal serta memberikan pelayanan yang ramah, jujur, dan sesuai dengan nilai-nilai Islam agar konsumen merasa aman dan nyaman dalam melakukan pembelian.

Kota Lhokseumawe dipilih sebagai lokasi penelitian karena memiliki perkembangan UMKM yang cukup pesat, khususnya pada sektor kuliner dan bakery. Meningkatnya jumlah pelaku usaha bakery menunjukkan bahwa tingkat

persaingan semakin tinggi sehingga pelaku usaha perlu memiliki keunggulan kompetitif. Dalam kondisi tersebut, label halal dan pelayanan Islami menjadi faktor yang relevan karena mayoritas masyarakat Kota Lhokseumawe merupakan konsumen muslim yang memperhatikan aspek kehalalan dan etika pelayanan dalam aktivitas konsumsi.

Penelitian ini dilakukan pada lima UMKM bakery yang berada di Kota Lhokseumawe, yaitu Muun Donuts, Aroma Bakery, Breadboy Bakery, Roti Gembul, dan Amanda. Kelima UMKM tersebut berlokasi di wilayah Jalan Merdeka dan sekitarnya, Kecamatan Banda Sakti, Kota Lhokseumawe, Provinsi Aceh. Kelima UMKM tersebut dipilih karena merupakan usaha bakery yang telah beroperasi secara aktif, memiliki pelanggan yang relatif stabil, serta menawarkan berbagai produk roti dan kue yang banyak diminati oleh masyarakat Kota Lhokseumawe. Selain itu, kelima bakery tersebut memiliki karakteristik yang sesuai dengan tujuan penelitian, yaitu bergerak pada bidang usaha yang sama sehingga dapat memberikan gambaran mengenai perilaku konsumen dalam melakukan keputusan pembelian.

Berdasarkan pengamatan awal yang dilakukan peneliti terhadap beberapa UMKM bakery di Kota Lhokseumawe, terlihat bahwa beberapa konsumen belum mempertimbangkan label halal sebagai hal utama saat memutuskan untuk membeli. Konsumen semakin memperhatikan rasa, harga, dan tempat usaha saat memilih membeli barang atau jasa. Di sisi lain, ada beberapa toko roti yang belum menulis label halal secara jelas di kemasan produknya. Kondisi tersebut

menunjukkan bahwa cara konsumen memutuskan untuk membeli berbeda, sehingga layak untuk dikaji lebih lanjut.

Berdasarkan data LPPOM MUI, jumlah perusahaan yang memperoleh sertifikasi halal pada tahun 2023 mencapai 18.701 perusahaan, meningkat dibandingkan tahun 2022 yang berjumlah 11.686 perusahaan. Peningkatan tersebut menunjukkan semakin tingginya kesadaran masyarakat Muslim terhadap pentingnya mengonsumsi produk yang terjamin kehalalannya. Seiring dengan itu, industri halal juga terus berkembang dan tidak hanya terbatas pada sektor makanan dan minuman, tetapi telah mencakup berbagai sektor seperti farmasi, kosmetik, pariwisata ramah Muslim, modest fashion, serta media dan rekreasi yang mendukung konsep *halal lifestyle* ((State of the Global Islamic Economy Report, 2022).

Perkembangan sertifikasi halal menunjukkan bahwa label halal tidak hanya berfungsi sebagai bukti kepatuhan terhadap ketentuan syariat Islam, tetapi juga menjadi faktor yang mampu meningkatkan kepercayaan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Bagi pelaku UMKM, khususnya pada sektor bakery, keberadaan label halal dapat menjadi salah satu strategi untuk meningkatkan daya saing usaha di tengah persaingan yang semakin kompetitif. Hal ini sejalan dengan pendapat (Alserhan, 2017) yang menyatakan bahwa atribut halal merupakan elemen penting dalam pemasaran yang dapat memengaruhi persepsi dan perilaku konsumen Muslim.

Selain sertifikasi halal, cara pelayanan yang diberikan oleh pengusaha juga sangat penting dalam memengaruhi keputusan beli pelanggan. Dari sudut pandang

pemasaran syariah, pelayanan Islami tidak hanya memperhatikan kepuasan pelanggan, tetapi juga mengutamakan nilai-nilai etika seperti jujur, amanah, dan tanggung jawab. Pelayanan yang baik membuat konsumen merasa senang, sehingga lebih mungkin membeli lagi. Menurut Tjiptono (2019), kualitas pelayanan yang baik akan meningkatkan kepuasan pelanggan yang pada akhirnya berdampak pada keputusan pembelian dan loyalitas.

Pelayanan Islami tidak hanya berorientasi pada pemenuhan kebutuhan konsumen, tetapi juga mengedepankan penerapan nilai-nilai syariah seperti kejujuran, amanah, tanggung jawab, serta keramahan dalam memberikan pelayanan. Penerapan nilai-nilai tersebut mampu meningkatkan kepercayaan dan kepuasan konsumen terhadap produk maupun pelaku usaha. Semakin baik kualitas pelayanan Islami yang diberikan, semakin besar pula peluang konsumen untuk melakukan keputusan pembelian. Oleh karena itu, pelayanan Islami menjadi salah satu faktor yang berperan penting dalam mendorong terbentuknya keputusan pembelian konsumen.

Keputusan pembelian merupakan proses yang melibatkan beberapa tahapan mulai dari pengenalan kebutuhan hingga perilaku pasca pembelian. Menurut Kotler & Keller (2008), Keputusan pembelian adalah tahap di mana seorang pelanggan memilih produk tertentu dari beberapa pilihan yang tersedia setelah melakukan evaluasi terhadap berbagai pilihan tersebut. Ini menunjukkan bahwa saat memutuskan membeli barang, seseorang dipengaruhi oleh berbagai hal, seperti faktor pribadi, faktor dari orang lain di sekitar, serta cara pemasaran

yang dilakukan oleh pembuat produk. (“Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen,” 2016).

Penelitian mengenai pengaruh label halal dan pelayanan Islami terhadap keputusan pembelian telah banyak dilakukan oleh peneliti sebelumnya, namun masih menunjukkan hasil yang beragam. Beberapa penelitian menemukan bahwa label halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, sedangkan penelitian lainnya menunjukkan bahwa pengaruh tersebut tidak signifikan. Demikian pula pada variabel pelayanan Islami, terdapat penelitian yang menyatakan bahwa pelayanan Islami mampu meningkatkan keputusan pembelian konsumen, sementara penelitian lain menunjukkan hasil yang berbeda. Perbedaan hasil penelitian tersebut menunjukkan adanya *research gap* sehingga masih diperlukan penelitian lebih lanjut untuk memperoleh bukti empiris mengenai pengaruh label halal dan pelayanan Islami terhadap keputusan pembelian, khususnya pada konsumen UMKM bakery di Kota Lhokseumawe yang memiliki karakteristik masyarakat religius dan mayoritas beragama Islam.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat diketahui bahwa keputusan pembelian konsumen pada UMKM bakery di Kota Lhokseumawe diduga dipengaruhi oleh label halal dan pelayanan Islami. Meskipun penelitian mengenai kedua variabel tersebut telah banyak dilakukan, masih terdapat perbedaan hasil penelitian serta keterbatasan kajian yang secara khusus meneliti konsumen UMKM bakery di Kota Lhokseumawe. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk memberikan bukti empiris mengenai pengaruh label halal dan pelayanan Islami terhadap keputusan pembelian konsumen serta diharapkan dapat menjadi masukan

bagi pelaku UMKM dalam meningkatkan daya saing usaha dan memperkaya kajian di bidang ekonomi syariah.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian mengenai pentingnya label halal dan pelayanan Islami dalam memengaruhi perilaku konsumen terhadap produk UMKM di Kota Lhokseumawe, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah label halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk UMKM di Kota Lhokseumawe?
2. Apakah pelayanan Islami berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk UMKM di Kota Lhokseumawe?
3. Apakah Label Halal dan Pelayanan Islami secara bersama-sama berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian produk UMKM di Kota Lhokseumawe?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis Pengaruh Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian produk UMKM di Kota Lhokseumawe.
2. Untuk menganalisis pengaruh pelayanan Islami terhadap keputusan pembelian produk UMKM di Kota Lhokseumawe.
3. Untuk menganalisis Pengaruh Label Halal dan Pelayanan Islami secara simultan terhadap keputusan pembelian produk UMKM di Kota Lhokseumawe.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang ekonomi syariah dan pemasaran syariah, terutama yang berkaitan dengan pengaruh label halal dan pelayanan Islami terhadap keputusan pembelian konsumen. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang memiliki topik atau variabel yang serupa.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat praktis bagi berbagai pihak, antara lain:

1. Bagi Pelaku UMKM

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pelaku UMKM dalam meningkatkan kepercayaan dan keputusan pembelian konsumen melalui pencantuman label halal pada produk serta penerapan pelayanan yang sesuai dengan nilai-nilai Islami, seperti kejujuran, tanggung jawab, dan keramahan dalam melayani konsumen.

2. Bagi Konsumen

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada konsumen mengenai pentingnya memperhatikan label halal dan kualitas pelayanan dalam memilih produk UMKM, sehingga konsumen dapat lebih selektif dan bijak dalam mengambil keputusan pembelian.

3. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi ilmiah bagi mahasiswa maupun peneliti yang tertarik melakukan penelitian di bidang perilaku konsumen, pemasaran syariah, serta pengembangan UMKM, khususnya yang berkaitan dengan faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian.