SAMALEWA
JURNAL RISET DAN KAJIAN MANAJEMEN
http://e-journallppmunsa.ac.id/index.php/samalewa
||Volume||6||Nomor||1||Juni||2026||
e-ISSN: 2807-5900
Pp. 84 - 95

DAMPAK PENCANTUMAN LABEL HALAL PADA KEMASAN PRODUK TERHADAP PENDAPATAN UMKM KULINER DI KABUPATEN SUMBAWA

Wina Juniariskiana[1], Binar Dwiyanto Pamungkas[2*]
[12]Universitas Samawa, Sumbawa Besar, Nusa Tenggara Barat, Indonesia

Penulis Korespondensi: binardwiyantopamungkas@gmail.com

Article Info

Article History

Received : 04 Mei 2026

Accepted : 15 Juni 2026

Published : 30 Juni 2026

Keywords

Halal Certification;
Income Level;
Culinary MSMEs.

Abstrak

This study aims to determine whether there is a difference in the income levels of culinary MSMEs in Sumbawa Regency before and after obtaining halal certification displayed on the packaging of the products they sell. This study employs a comparative research design. The data examined in this study are quantitative data in the form of respondents' response scores, obtained directly from primary sources through questionnaires. The population of this study consists of all culinary MSME owners in Sumbawa Regency who obtained halal certification between 2022 and 2024, totaling 2,274 business owners. The sample size was determined using the Slovin formula, resulting in a total of 96 respondents. The samples were selected using a simple random sampling technique. Data were analyzed using a paired-samples mean difference test, including paired samples statistics, paired samples correlation, and paired samples t-test. The results indicate a significant difference in the income levels of culinary MSMEs in Sumbawa Regency before and after obtaining halal certification displayed on the packaging of the products they sell. This finding is based on a calculated t-value of -11.777 which is greater than the critical t-value of -1.986, as well as a significance value of 0.000, which is lower than 0.05 (0.000<0.05). Therefore, it can be concluded that halal certification displayed on the product packaging of culinary MSMEs in Sumbawa Regency has a substantial impact on MSME income. The income levels of culinary MSMEs in Sumbawa Regency after obtaining halal certification are higher than those before obtaining halal certification.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor ekonomi yang memiliki peran strategis dalam mendukung pertumbuhan dan pembangunan ekonomi nasional. Besarnya peran UMKM terhadap perekonomian nasional dapat dilihat dari kontribusinya terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan penyerapan tenaga kerja. Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia (2024) menyatakan bahwa UMKM mencakup sekitar 99% dari keseluruhan unit usaha di Indonesia, memberikan kontribusi sebesar 60,51% terhadap PDB nasional, serta menyerap hampir 97% dari total tenaga kerja. Selain itu, kontribusi UMKM terhadap ekspor nasional mencapai sekitar 15,7%. Data tersebut menunjukkan bahwa keberadaan UMKM tidak hanya berkontribusi terhadap pembentukan PDB, tetapi juga berperan dalam menciptakan lapangan pekerjaan, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta memperluas kesempatan berusaha di berbagai wilayah Indonesia (Hapsari *et al*., 2024).

Selain memberikan kontribusi terhadap perekonomian nasional, UMKM juga memiliki peran penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi daerah. Keberadaan UMKM memungkinkan masyarakat memanfaatkan potensi sumber daya lokal untuk menghasilkan barang dan jasa yang memiliki nilai ekonomi. Aktivitas tersebut dapat mendorong perputaran uang di daerah, memperluas kesempatan kerja, meningkatkan pendapatan rumah tangga, serta mendukung berkembangnya kegiatan perdagangan dan

||Volume||6||Nomor||1||Juni||2026||
e-ISSN: 2807-5900
Pp. 84 - 95

jasa. UMKM juga memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk menjalankan kegiatan ekonomi secara mandiri melalui pemanfaatan keterampilan, modal, dan sumber daya yang dimiliki (Sembiring *et al.*, 2023).

Salah satu bidang UMKM yang memiliki peluang pengembangan adalah sektor kuliner. UMKM kuliner mencakup berbagai kegiatan usaha yang menghasilkan makanan dan minuman, baik dalam bentuk produk siap konsumsi maupun produk olahan yang dikemas untuk dipasarkan. Sektor ini memiliki hubungan langsung dengan kebutuhan konsumsi masyarakat sehingga memberikan kesempatan bagi pelaku usaha untuk mengembangkan berbagai jenis produk sesuai dengan selera dan daya beli konsumen. Selain itu, sektor kuliner dapat memanfaatkan sumber daya lokal sebagai bahan baku produksi, menciptakan nilai tambah, dan membuka peluang ekonomi bagi masyarakat.

Kabupaten Sumbawa merupakan salah satu wilayah di Provinsi Nusa Tenggara Barat yang memiliki aktivitas ekonomi pada sektor pertanian, perdagangan, industri pengolahan, serta penyediaan akomodasi dan makan minum. Di Kabupaten Sumbawa, UMKM kuliner memiliki peluang untuk berkembang melalui pemanfaatan berbagai bahan pangan dan produk lokal. Pelaku usaha dapat mengolah bahan baku menjadi makanan siap konsumsi, makanan ringan, minuman, serta berbagai produk kuliner kemasan. Aktivitas tersebut berpotensi meningkatkan nilai tambah hasil produksi masyarakat dan memperluas kesempatan pemasaran. Selain itu, keberadaan UMKM kuliner dapat mendukung kegiatan ekonomi pada kawasan permukiman, pusat perdagangan, pasar tradisional, dan lokasi yang memiliki aktivitas kunjungan masyarakat.

Meskipun memiliki potensi besar untuk berkembang, UMKM kuliner di Kabupaten Sumbawa juga menghadapi tantangan yang semakin beragam. Tantangan tersebut tidak hanya berkaitan dengan harga, cita rasa, dan kualitas produk, tetapi juga mencakup aspek keamanan pangan, kepercayaan konsumen, identitas produk, serta kejelasan informasi pada kemasan. Dalam kondisi tersebut, pelaku UMKM dituntut untuk menerapkan strategi yang mampu meningkatkan nilai produk dan mempertahankan kepercayaan konsumen. Strategi pengembangan UMKM hendaknya tidak hanya berfokus pada peningkatan produksi dan perluasan pemasaran, tetapi juga perlu memperhatikan kualitas, keamanan, serta informasi yang disampaikan kepada konsumen. Dalam industri kuliner, aspek tersebut memiliki peran penting karena konsumen mempertimbangkan berbagai faktor sebelum membeli dan mengonsumsi suatu produk makanan atau minuman.

Salah satu strategi yang dapat digunakan pelaku UMKM kuliner untuk menjawab tantangan tersebut adalah dengan meningkatkan kualitas informasi produk melalui pencantuman label halal pada kemasan produk. Label halal merupakan tanda resmi yang menunjukkan bahwa suatu produk telah memperoleh sertifikat halal sesuai dengan ketentuan penyelenggaraan jaminan produk halal. Keberadaan label halal dapat memberikan informasi mengenai status kehalalan produk kepada konsumen dan menjadi atribut yang membedakan produk bersertifikat halal dari produk yang belum memiliki informasi sertifikasi serupa (Alfarizi, 2023). Dengan demikian, pengembangan UMKM kuliner tidak hanya memerlukan peningkatan kapasitas produksi dan pemasaran, tetapi juga perhatian terhadap atribut produk yang dapat membangun kepercayaan konsumen serta mendukung peningkatan daya saing usaha.

Pencantuman label halal memiliki relevansi terhadap pengembangan UMKM kuliner karena berkaitan dengan kepastian status kehalalan produk bagi konsumen. Dalam perspektif pemasaran, pencantuman label halal pada kemasan berpotensi memengaruhi persepsi konsumen mengenai kualitas dan kredibilitas produk. Konsumen yang memperhatikan aspek kehalalan dapat menggunakan label tersebut sebagai salah

||Volume||6||Nomor||1||Juni||2026||
e-ISSN: 2807-5900
Pp. 84 - 95

satu pertimbangan sebelum melakukan pembelian. Keberadaan label halal yang jelas dan mudah dikenali dapat memperkuat kepercayaan konsumen terhadap produk yang ditawarkan sehingga membantu pelaku UMKM membangun identitas produk serta mengurangi keraguan konsumen terhadap status kehalalannya. Kondisi tersebut berpotensi memberikan keunggulan kompetitif, khususnya pada pasar yang memiliki permintaan terhadap produk halal (Muiz *et al.*, 2023).

Urgensi pencantuman label halal semakin kuat seiring dengan penerapan kebijakan nasional mengenai jaminan produk halal. Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2024, kewajiban sertifikasi halal bagi produk makanan dan minuman yang dihasilkan pelaku usaha mikro dan kecil memiliki masa penahapan hingga 17 Oktober 2026. Ketentuan tersebut menunjukkan bahwa pemerintah memberikan perhatian terhadap pemenuhan standar kehalalan produk yang beredar di Indonesia. Dengan demikian, pelaku UMKM kuliner perlu memahami bahwa sertifikasi dan pencantuman label halal bukan hanya berkaitan dengan strategi pemasaran, tetapi juga dengan pemenuhan kewajiban hukum yang berlaku.

Bagi UMKM sebagai suatu entitas bisnis yang berorientasi profit, maka pendapatan menjadi prioritas utama dan fokus arah yang hendak dicapai. Oleh karena itu, keberhasilan UMKM dalam menjalankan kegiatan usaha dapat diukur salah satunya melalui pendapatan. Secara umum pendapatan dapat diartikan sebagai jumlah uang atau nilai ekonomi lain yang diterima oleh perusahaan dari berbagai sumber, terutama dari aktivitas normal seperti penjualan produk dan jasa kepada pelanggan. Menurut *Accounting Principles Board* (dalam Hutasoit *et al.*, 2022), pendapatan didefinisikan sebagai *inflow of asset* atau peningkatan aset yang masuk ke dalam perusahaan sebagai akibat dari penjualan barang atau jasa selama periode tertentu.

Pendapatan mempunyai peranan yang sangat besar dalam mendukung operasional perusahaan, karena pendapatan akan mempengaruhi tingkat laba yang diharapkan akan menjamin kelangsungan hidup suatu usaha. Kemampuan suatu usaha untuk membiayai semua kegiatan yang mendukung berkelanjutan usahanya sangat dipengaruhi oleh seberapa besar pendapatan diperoleh dari usaha tersebut. Semakin besar pendapatan yang diperoleh, maka semakin besar pula potensi kemandirian finansialnya untuk membiayai kegiatan oprasionalnya sendiri. Besarnya jumlah pendapatan akan menghasilkan arus kas yang lebih tinggi dan margin keuntungan yang lebih baik, sehingga memungkinkan usaha untuk mengurangi ketergantungan pada utang atau pendanaan eksternal untuk kegiatan sehari-hari. Oleh karena itu, setiap pelaku usaha berupaya untuk dapat meningkatkan pendapatannya melalui penjualan produk atau jasa kepada konsumen (Sari dan Suryana, 2021).

Dalam usaha kuliner, pencantuman label halal pada kemasan produk memiliki peran penting karena berkaitan langsung dengan aspek keamanan, kualitas, dan kehalalan produk. Secara konseptual, pencantuman label halal dapat memengaruhi pendapatan UMKM melalui peningkatan kepercayaan dan keputusan pembelian konsumen. Label halal yang didukung sertifikat resmi memberikan informasi mengenai status kehalalan produk sehingga dapat mengurangi ketidakpastian konsumen. Apabila konsumen memiliki kepercayaan yang lebih tinggi terhadap produk, peluang terjadinya pembelian dapat meningkat. Peningkatan pembelian selanjutnya berpotensi meningkatkan volume penjualan dan total pendapatan usaha. Oleh karena itu, pencantuman label halal pada kemasan dapat menjadi salah satu atribut produk yang berpotensi memengaruhi keputusan pembelian dan pendapatan usaha.

Meskipun pencantuman label halal memiliki dasar regulasi dan potensi pemasaran, dampaknya terhadap pendapatan UMKM perlu dikaji secara empiris. Penelitian Hasniar *et al.* (2025) menunjukkan bahwa label halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM makanan dan minuman di Watampone. Hasil

||Volume||6||Nomor||1||Juni||2026||
e-ISSN: 2807-5900
Pp. 84 - 95

serupa juga ditunjukkan oleh penelitian Nurhidayat *et al.* (2024), Arsyad dan Azhar (2025), serta Akbar *et al.* (2025) menemukan bahwa kepemilikan sertifikasi halal berkaitan positif dengan pendapatan UMKM kuliner di beberapa daerah. Temuan tersebut memberikan dasar bahwa aspek kehalalan produk memiliki potensi manfaat ekonomi bagi pelaku usaha. Namun, hasil penelitian pada suatu daerah belum tentu menggambarkan kondisi UMKM kuliner di daerah lain karena terdapat perbedaan karakteristik usaha, konsumen, dan lingkungan pasar.

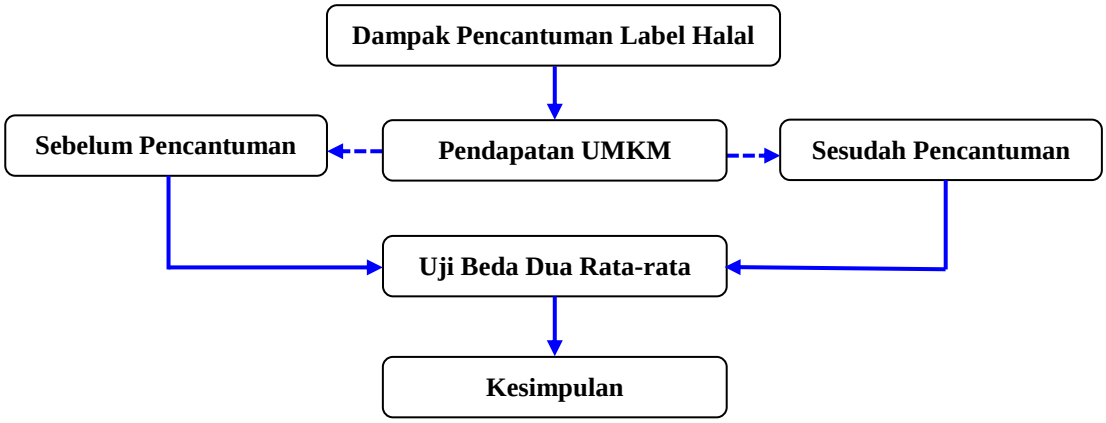
Perbedaan tersebut menjadi dasar penting untuk mengkaji apakah pencantuman label halal pada kemasan memiliki hubungan yang signifikan dengan tingkat pendapatan UMKM kuliner di Kabupaten Sumbawa. Oleh karena itu, diperlukan penelitian lebih lanjut yang secara khusus mengkaji pencantuman label halal pada kemasan produk dan dampaknya terhadap pendapatan UMKM kuliner di Kabupaten Sumbawa. Melalui penelitian tersebut diharapkan dapat menjelaskan apakah pencantuman label halal memberikan manfaat ekonomi yang terukur serta seberapa besar hubungan atau dampaknya terhadap pendapatan usaha dalam kondisi pasar lokal.

Berdasarkan uraian tersebut, maka penelitian dengan judul **"Dampak Pencantuman Label Halal pada Kemasan Produk terhadap Pendapatan UMKM Kuliner di Kabupaten Sumbawa"** penting untuk dilakukan. Penelitian ini diarahkan untuk menganalisis dampak pencantuman label halal pada kemasan produk terhadap pendapatan UMKM kuliner di Kabupaten Sumbawa dengan membandingkan tingkat pendapatan UMKM Kuliner sebelum dan setelah pencantuman label halal pada kemasan produk. Hasil penelitian diharapkan mampu memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan dan menjadi bahan pertimbangan bagi pelaku usaha maupun pemerintah daerah dalam memperkuat daya saing dan keberlanjutan UMKM kuliner di Kabupaten Sumbawa.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Berdasarkan jenis permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini, maka penelitian ini termasuk penelitian komparatif. Menurut Nurdin dan Hartanti (2019), penelitian komparatif merupakan penelitian yang dilakukan dengan membandingkan suatu variabel pada sampel yang berbeda untuk mendapatkan jawaban atau fakta apakah terdapat perbandingan atau tidak dari penelitian tersebut. Motode komperatif digunakan pada penelitian ini dimaksudkan untuk membandingkan tingkat pendapatan UMKM kuliner di Kabupaten Sumbawa sebelum (X_1) dan sesudah pencantuman label halal pada kemasan produk (X_2). Adapun UMKM yang menjadi lokasi dilaksanakannya penelitian ini adalah Butik Yana Sumbawa Besar. Adapun kerangka konseptual yang dibangun dalam penelitian ini disajikan dalam tabel sebagai berikut.



Gambar 1. Kerangka Konseptual Penelitian

||Volume||6||Nomor||1||Juni||2026||
e-ISSN: 2807-5900
Pp. 84 - 95

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Menurut Sugiyono (2021), data kuantitatif adalah yang diperoleh dalam bentuk angka-angka atau data kualitatif yang diangkakan (*scoring*). Data kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah data pendapatan UMKM kuliner di Kabupaten Sumbawa sebelum dan sesudah pencantuman label halal pada kemasan produk yang dikumpulkan menggunakan wawancara terstruktur dan kuesioner.

Berdasarkan sumbernya, data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Menurut Rukajat (2021), data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber utama atau disebut sebagai data pertama. Data primer yang dikaji dalam penelitian ini dikumpulkan secara langsung oleh peneliti dari sumber pertama, yaitu pelaku UMKM kuliner di Kabupaten Sumbawa.

Populasi dan Sampel

Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian. Menurut Kriyantono (2021), populasi meliputi kumpulan objek riset yang mempunyai karakteristik dan kriteria tertentu sesuai dengan kebutuhan objek penelitian. Mengacu pada definisi tersebut, maka populasi pada penelitian ini adalah seluruh UMKM kuliner di Kabupaten Sumbawa yang sudah memiliki sertifikat halal dari tahun 2022-2024 berjumlah 2.274 unit usaha.

Sementara sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dipunyai oleh populasi. Menurut Narimawati *et al.* (2020), sampel adalah sebagian dari populasi yang terpilih untuk menjadi unit pengamatan dalam penelitian. Melihat populasi pada penelitian ini yang jumlahnya relative banyak, sehingga tidak memungkinkan bagi peneliti untuk mengkaji keseluruhan anggota tersebut. Oleh karena itu, peneliti menetapkan beberapa anggota untuk menjadi sampel yang akan mewakili populasinya. Adapun teknik penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin, yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:
n = Jumlah sampel
N = Jumlah populasi
e = *Margin of error* 10% (0.10).

Berikut perhitungan jumlah sampel menggunakan rumus Slovin.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$= \frac{2.274}{1 + 2.274\ (0,1)^2}$$

$$= \frac{2.274}{1 + 2.274\ (0,01)}$$

$$= \frac{2.274}{1 + 22,74}$$

$$= \frac{2.274}{23,74}$$

$$= 95,8\ (Dibulatkan\ 96)$$

||Volume||6||Nomor||1||Juni||2026||
e-ISSN: 2807-5900
Pp. 84 - 95

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut diatas, maka jumlah sampel yang akan dijadikan responden pada peneliti ini adalah sebanyak 96 orang. Pemilihan sampel ditentukan menggunakan teknik *probability sampling* dengan metode *simple random sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel dari anggota populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu sehingga seluruh anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi responden penelitian.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti adalah teknik kuesioner. Menurut Sujarweni (2021), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Penelitian ini menggunakan *skala likert* sebagai alat untuk mengukur pernyataan yang tertera dalam kuesioner. *Skala likert* merupakan metode yang digunakan untuk mengukur persepsi dengan menyatakan setuju atau tidak setuju terhadap subjek dan objek tertentu. Jawaban setiap instrument mempunyai ruang dari sangat positif sampai sangat negative dengan rentang nilai 1 sampai dengan 5. Skala satu menunjukkan persepsi "sangat tidak setuju", sedangkan skala mencerminkan persepsi "sangat setuju" terhadap item pertanyaan/pernyataan dalam kuesioner.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data pada penelitian ini dilakukan menggunakan teknik uji beda dua rata-rata. Teknik statistik uji beda adalah teknik statistik yang bertujuan untuk menguji apakah terdapat perbedaan yang signifikan antara keadaan atau sesuatu yang terdapat pada kelompok-kelompok. Menurut Misbahuddin dan Hasan (2022), analisis komparatif atau analisis komparasi atau uji beda adalah bentuk analisis variabel (data) untuk mengetahui perbedaan diantara dua kelompok data (variabel) atau lebih. Pada penelitian ini, teknik uji beda dua rata-rata digunakan untuk membandingkan tingkat pendapatan UMKM kuliner di Kabupaten Sumbawa sebelum pencantuman label halal pada kemasan produk (X_1) dan tingkat pendapatan UMKM kuliner di Kabupaten Sumbawa sesudah pencantuman label halal pada kemasan produk (X_2). Teknik pengujian ini meliputi, uji normalitas *Kolmogorov Smirnov*, uji *paired samples statistics*, uji *paired samples correlations*, dan uji *paired samples t-test.*

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis Data

1. Pengujian Normalitas Data

Menurut Misbahuddin dan Hasan (2022), uji normalitas ini bertujuan untuk mengetahui distribusi data dalam variabel yang akan digunakan dalam penelitian. Data yang baik dan layak digunakan dalam penelitian adalah data yang memiliki distrusi normal. Normalitas data dapat dilihat dengan menggunakan uji Normal *Kolmogorov-Smirnov* (KS). Pedoman pengambilan keputusan dalam uji normalitas *KS,* yaitu jika nilai probabilitas atau signifikansi hasil pengujian KS lebih besar dari 0.05 (asymp.sig > 0.05), maka data terdistribusi normal, namun jika nilai probabilitas uji KS lebih kecil dari 0.05 (asymp.sig < 0.05), maka data tidak terdistribusi normal.

Hasil pengujian normalitas data mengunakan *One Sample Kolmogorov Smirnov* disajikan dalam tabel berikut ini.

||Volume||6||Nomor||1||Juni||2026||
e-ISSN: 2807-5900
Pp. 84 - 95

Tabel 1. Hasil Pengujian Normalitas Data

One Sample Kolmogorov Smirnov		
		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters[a]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.88106642
Most Extreme Differences	Absolute	.077
	Positive	.077
	Negative	-.063
Kolmogorov-Smirnov Z		.077
Asymp. Sig. (2-tailed)		.197
a. Test distribution is Normal.		

Sumber: Data diolah (Output SPSS), 2026.

Berdasarkan hasil pengujian yang disajikan dalam tabel diatas, dapat diketahui bahwa nilai probabilitas (signifikansi) uji KS yang diidentifikasikan melalui nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* adalah sebesar 0.197 lebih besar dari nilai taraf nyata 0.05 (0.197>0.05). Sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas *Kolmogorov Smirnov*, maka dapat dinyatakan bahwa data berdistribusi normal. Dengan demikian, asumsi atau persyaratan normalitas data dalam penelitian ini sudah terpenuhi sehingga data layak untuk digunakan.

2. Pengujian *Paired Samples Statistics*

Menurut Misbahuddin dan Hasan (2022), *paired samples statistics* merupakan uji parametric yang digunakan untuk pengujian pada dua data berpasangan. Tujuan dari uji ini adalah untuk menggambarkan nilai deskriptif masing-masing variabel pada sampel berpasangan, adakah perbedaan nilai rata-rata antara dua sample yang saling berpasangan atau berhubungan. Hasil pengujian *paired samples statistics* dengan menggunakan bantuan aplikasi SPSS disajikan dalam tabel berikut ini.

Tabel 2. Hasil Pengujian *Paired Samples Statistics*

Paired Samples Statistics

		Mean	**N**	**Std. Deviation**	**Std. Error Mean**
Pair 1	Sebelum Pencatuman	1048453.13	96	613223.772	62586.889
	Sesudah Pencatuman	1945833.33	96	2280670.108	232769.918

Sumber: Data diolah (Output SPSS), 2026.

Berdasarkan hasil pengujian yang disajikan dalam tabel diatas, diketahui nilai rata-rata pendapatan UMKM kuliner di Kabupaten Sumbawa sebelum pencantuman label halal pada kemasan produk adalah sebesar Rp.613.223,776, sedangkan sesudah pencantuman label halal pada kemasan produk adalah sebesar Rp. 2.280.670,108. Hasil ini menunjukkan bahwa terdapat peningkatan pendapatan yang diperoleh UMKM kuliner di Kabupaten Sumbawa sesudah pencantuman label halal pada kemasan produk. Dengan demikian, maka dapat dinyatakan bahwa pencantuman label halal pada kemasan produk berdampak positif terhadap pendapatan UMKM kuliner di Kabupaten Sumbawa.

3. Pengujian *Paired Samples Correlations*

Menurut Misbahuddin dan Hasan (2022), *paired sampel correlations* adalah uji parametric yang digunakan untuk pengujian pada dua data berpasangan. Pengujian *paired sampel correlations* bertujuan untuk menunjukkan korelasi antara dua

||Volume||6||Nomor||1||Juni||2026||
e-ISSN: 2807-5900
Pp. 84 - 95

variabel atau menunjukkan tingkat hubungan antar kedua variabel pada sampel yang berpasangan. Hal ini diperoleh dari koefisien korelasi *pearson bivariat* (dengan uji signifikan dua sisi) untuk setiap pasangan variabel yang dimasukkan.

Hasil pengujian *paired sampel correlations* dengan menggunakan bantuan aplikasi SPSS disajikan dalam tabel berikut ini

Tabel 3. Hasil Pengujian *Paired Samples Correlations*

Paired Samples Correlations

		N	Correlation	Sig.
Pair 1	Sebelum Pencantuman & Sesudah Pencantuman	96	.270	. 008

Sumber: Data diolah (Output SPSS), 2026.

Berdasarkan hasil pengujian *paired samples correlations* yang ditunjukkan dalam tabel diatas, dapat diketahui bahwa nilai koefesien kolerasi antara tingkat pendapatan UMKM kuliner di Kabupaten Sumbawa sebelum dan sesudah pencantuman label halal pada kemasan produk adalah sebesar 0.270 dan berada pada kategori moderat/cukup kuat. Sedangkan nilai signifikansi hasil perhitungan adalah sebesar 0.008 lebih kecil dari nilai taraf nyata 0.05 (0.008<0.05). Dengan demikian, maka dapat dinyatakan bahwa pencantuman label halal pada kemasan produk berdampak signifikan terhadap pendapatan UMKM kuliner di Kabupaten Sumbawa.

4. Pengujian *Paired Samples T-Test*

Uji *paired sample t-test* dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah perlakuan ataupun keadaan yang berbeda akan memberikan hasil yang berbeda pada nilai rata-rata secara statistik. Menurut Misbahuddin dan Hasan (2022), uji t sampel berpasangan atau uji *paired samples t-test* digunakan untuk menguji perbedaan rata-rata antara dua kelompok data yang berpasangan. Pengambilan keputusan didasarkan atas perbandingan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} serta perbandingan nilai probabilitas (signifikansi) yang dihasilkan dengan taraf nyata 5% (0.05). Jika nilai t_{hitung} lebih besar dari pada nilai t_{tabel} dan nilai probabilitas (sig.) hasil perhitungan lebih kecil dari taraf nyata 0.05 (sig.<0.05), maka terdapat perbedaan yang signifikan antara dua sampel berpasangan yang diteliti.

Pada penelitian ini, *uji paired samples t-test* dilakukan untuk menguji perbedaan tingkat pendapatan UMKM kuliner di Kabupaten Sumbawa sebelum dan sesudah pencantuman label halal pada kemasan produk. Hasil pengujian *paired samples t-test* menggunakan bantuan aplikasi SPSS disajikan dalam tabel berikut ini.

Tabel 4. Hasil Pengujian *Paired Samples Test*

Paired Samples Test

		Paired Differences					t	df	Sig. (2-tailed)
		Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference				
					Lower	Upper			
Pair 1	Sebelum *Pencantuman* & Sesudah *Pencantuman*	-897380.208	2196045.593	224132.965	-1342340.402	-452420.015	-4.004	95	.000

Sumber: Data diolah (Output SPSS), 2026.

Berdasarkan hasil pengujian *paired samples t-test* yang disajikan dalam tabel diatas, diketahui nilai t_{hitung} adalah sebesar -4.004, sedangkan nilai t_{tabel} pada derajat kebebasan (df=n-k=96-2=94) dan pada taraf signifikan 5% (0.05) adalah sebesar -1.986 sehingga nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} (-4.004>-1.986), sedangkan nilai

||Volume||6||Nomor||1||Juni||2026||
e-ISSN: 2807-5900
Pp. 84 - 95

probabilitas (sig.) hasil perhitungan adalah sebesar 0.000 lebih kecil dari taraf nyata 0.05 (0.000<0.05). Dengan demikian, maka dapat dinyatakan bahwa terdapat perbedaan signifikan tingkat pendapatan UMKM kuliner di Kabupaten Sumbawa sebelum dan sesudah sesudah pencantuman label halal pada kemasan produk. Pendapatan yang diperoleh UMKM kuliner di Kabupaten Sumbawa mengalami peningkatan yang nyata setelah pencantuman label halal pada kemasan produk.

Pembahasan

UMKM merupakan salah satu sektor ekonomi yang memiliki peran strategis dalam mendukung pertumbuhan dan pembangunan ekonomi nasional dan daerah, terutama kontribusinya dalam menciptakan lapangan pekerjaan, pengurang tingkat kemiskinan maupun sebagai kontributor dalam pendapatan nasional dan aerah. Salah satu bidang UMKM yang memiliki peluang pengembangan adalah sektor kuliner. Namun demikian, UMKM kuliner juga menghadapi berbagai tantangan dalam pengembangannya. Tantangan tersebut tidak hanya berkaitan dengan harga, cita rasa, dan kualitas produk, tetapi juga mencakup aspek keamanan pangan, kepercayaan konsumen, identitas produk, serta kejelasan informasi pada kemasan. Oleh karena itu, salah satu strategi yang dapat diterapkan oleh pelaku UMKM kuliner untuk menjawab tantangan tersebut adalah dengan meningkatkan kualitas informasi produk melalui pencantuman label halal pada kemasan produk.

Penelitian ini bertujuan untuk membandingkan tingkat pendapatan UMKM kuliner di Kabupaten Sumbawa sebelum dan sesudah pencantuman label halal pada kemasan produk. Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan, diketahui bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara tingkat pendapatan UMKM kuliner di Kabupaten Sumbawa sebelum dan sesudah pencantuman label halal pada kemasan produk. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa pencantuman label halal pada kemasan produk merupakan salah satu aspek penting yang berkaitan dengan peningkatan pendapatan UMKM kuliner di Kabupaten Sumbawa. Keberadaan label halal tidak hanya berfungsi sebagai informasi mengenai status kehalalan produk, tetapi juga dapat menjadi instrumen pemasaran yang memberikan nilai tambah, memperkuat kepercayaan konsumen, serta meningkatkan daya saing produk di pasar.

Secara teoritis, hasil penelitian ini dapat dijelaskan melalui *Signaling Theory* atau teori sinyal yang dikembangkan oleh Spence (1973). Teori ini menjelaskan bahwa suatu pihak dapat memberikan sinyal atau informasi kepada pihak lain untuk mengurangi ketidakpastian dan ketidakseimbangan informasi dalam suatu transaksi. Dalam konteks penelitian ini, label halal berperan sebagai sinyal yang menunjukkan bahwa produk telah memenuhi ketentuan kehalalan berdasarkan proses sertifikasi yang berlaku. Keberadaan label halal dapat mengurangi ketidakpastian konsumen terhadap status kehalalan produk, meningkatkan kepercayaan, serta memperkuat keyakinan dalam melakukan pembelian. Dengan demikian, teori sinyal memberikan landasan untuk menjelaskan hubungan antara pencantuman label halal pada kemasan produk dengan peningkatan pendapatan UMKM kuliner di Kabupaten Sumbawa.

Peningkatan pendapatan UMKM kuliner di Kabupaten Sumbawa setelah pencantuman label halal pada kemasan produk dapat dijelaskan melalui beberapa aspek. Pertama, pencantuman label halal dapat memperkuat kepercayaan konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Dalam kegiatan konsumsi, kehalalan produk menjadi salah satu pertimbangan penting bagi konsumen muslim karena berkaitan dengan pemenuhan ketentuan agama. Keberadaan label halal pada kemasan produk memberikan informasi yang dapat membantu konsumen memastikan status kehalalan produk sebelum melakukan pembelian. Kondisi tersebut dapat mengurangi keraguan konsumen dan meningkatkan keyakinan untuk memilih produk yang ditawarkan oleh pelaku UMKM.

||Volume||6||Nomor||1||Juni||2026||
e-ISSN: 2807-5900
Pp. 84 - 95

Kedua, pencantuman label halal dapat meningkatkan daya tarik dan daya saing produk di pasar. Dalam menghadapi persaingan usaha yang semakin ketat, pelaku UMKM kuliner perlu memiliki keunggulan yang dapat membedakan produknya dari produk pesaing. Label halal dapat menjadi salah satu bentuk nilai tambah karena memberikan informasi mengenai kesesuaian produk dengan ketentuan kehalalan yang berlaku. Produk yang telah memiliki sertifikasi dan mencantumkan label halal resmi berpotensi memperoleh kepercayaan yang lebih besar dari konsumen yang memperhatikan aspek kehalalan. Keunggulan tersebut dapat meningkatkan daya tarik produk dan memperkuat posisi usaha dalam persaingan pasar.

Ketiga, pencantuman label halal dapat membuka peluang perluasan pangsa pasar. Produk kuliner yang telah mencantumkan label halal berpotensi menjangkau konsumen yang sebelumnya merasa ragu untuk membeli produk karena belum memperoleh informasi yang jelas mengenai status kehalalannya. Selain itu, kepemilikan sertifikasi halal dapat mendukung peluang pemasaran melalui saluran distribusi atau mitra usaha yang mensyaratkan kejelasan status kehalalan produk. Dengan semakin luasnya peluang pemasaran, pelaku UMKM memiliki kesempatan untuk meningkatkan jumlah konsumen dan volume penjualan sehingga berpotensi meningkatkan pendapatan usaha.

Keempat, pencantuman label halal dapat mendorong keputusan pembelian dan pembelian ulang konsumen. Keputusan pembelian tidak hanya dipengaruhi oleh harga dan kualitas produk, tetapi juga oleh tingkat kepercayaan konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Ketika konsumen memiliki keyakinan terhadap status kehalalan suatu produk, hambatan psikologis dalam melakukan pembelian dapat berkurang. Apabila pelaku UMKM juga mampu mempertahankan kualitas, cita rasa, harga yang sesuai, dan pelayanan yang baik, kepercayaan tersebut berpotensi mendorong konsumen untuk melakukan pembelian ulang. Kondisi ini dapat membantu pelaku UMKM mempertahankan pelanggan dan mendukung keberlanjutan pendapatan usaha.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Akbar *et al.* (2025) yang menemukan bahwa sertifikasi halal memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM. Temuan ini mengindikasikan bahwa kepemilikan sertifikat halal dapat memberikan manfaat ekonomi bagi pelaku usaha, terutama dalam meningkatkan kepercayaan konsumen, mendorong keputusan pembelian, dan mendukung peningkatan pendapatan pelaku usaha.

Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Hasniar *et al.* (2025) juga menunjukkan bahwa label halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM Produk Makanan dan Minuman di Watampone. Keberadaan label halal dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk sehingga konsumen cenderung memilih produk yang telah mencantumkan label halal pada kemasannya. Temuan tersebut memperlihatkan bahwa label halal tidak hanya berfungsi sebagai informasi kehalalan, tetapi juga memiliki nilai pemasaran karena dapat memengaruhi preferensi dan keputusan pembelian konsumen.

Dengan demikian, dapat dinyatakan bahwa pencantuman label halal pada kemasan produk merupakan salah satu aspek penting yang berperan dalam mendukung peningkatan pendapatan UMKM kuliner di Kabupaten Sumbawa. Keberadaan label halal dapat meningkatkan kepercayaan konsumen, pengurangan keraguan terhadap status kehalalan, penguatan daya saing, dan perluasan peluang pemasaran. Kondisi tersebut berpotensi meningkatkan keputusan pembelian dan volume penjualan yang pada akhirnya mendukung peningkatan pendapatan usaha. Oleh karena itu, pelaku UMKM kuliner di Kabupaten Sumbawa perlu menjadikan sertifikasi halal dan pencantuman label halal resmi pada kemasan produk sebagai bagian dari strategi pengembangan usaha untuk meningkatkan daya saing, memperluas pangsa pasar, serta mendorong pertumbuhan pendapatan dan keberlanjutan usaha.

||Volume||6||Nomor||1||Juni||2026||
e-ISSN: 2807-5900
Pp. 84 - 95

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat perbedaan signifikan tingkat pendapatan UMKM kuliner di Kabupaten Sumbawa sebelum dan sesudah sesudah pencantuman label halal pada kemasan produk. Tingkat pendapatan yang diperoleh UMKM kuliner di Kabupaten Sumbawa mengalami peningkatan yang nyata setelah pencantuman label halal pada kemasan produk dibandingkan dengan tingkat pendapatan sebelumnya. Dengan demikian, maka dapat dinyatakan bahwa pencantuman label halal pada kemasan produk merupakan aspek yang sangat penting dalam meningkatan pendapatan UMKM kuliner di Kabupaten Sumbawa. Pencantuman label halal pada kemasan produk dapat memperkuat kepercayaan konsumen dan mengurangi keraguan konsumen terhadap status kehalalannya produk yang ditawarkan sehingga berpotensi mendorong keputusan pembelian konsumen dan pada akhirnya akan meningkatkan volume penjualan dan pendapatan usaha.

SARAN

Berdasarkan hasil temuan penelitian ini, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Pelaku UMKM

   Pelaku UMKM kuliner di Kabupaten Sumbawa diharapkan dapat meningkatkan kesadaran akan pentingnya sertifikasi halal dan pencantuman label halal pada kemasan produk sebagai salah satu strategi untuk meningkatkan kepercayaan konsumen, memperluas pangsa pasar, dan meningkatkan pendapatan usaha. Selain itu, pelaku UMKM perlu mengoptimalkan pencantuman label halal sebagai bagian dari strategi pemasaran agar dapat meningkatkan daya saing produk dan mendorong pertumbuhan pendapatan usaha secara berkelanjutan.
2. Bagi Penelitian Selanjutnya

   Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan memperluas jumlah sampel dan cakupan wilayah penelitian serta mempertimbangkan variabel lain yang berpotensi dapat memengaruhi pendapatan UMKM, seperti kepercayaan konsumen, keputusan pembelian, kualitas produk, harga, dan strategi pemasaran. Dengan demikian, hasil penelitian selanjutnya diharapkan dapat memberikan bukti empiris yang lebih komprehensif mengenai kontribusi pencantuman label halal terhadap peningkatan pendapatan dan pengembangan UMKM kuliner.

DAFTAR PUSTAKA

Akbar, M. R., Arisandy, Y., & Syaifudin. (2025). Analisis Pengaruh Sertifikasi Halal Dan Modal Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sektor kuliner di Kecamatan Selebar Kota Bengkulu. *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah, 4*(5), 2007-2021.

Alfarizi, M. (2023). Peran Sertifikasi Halal Dan Kepatuhan Praktik Halal Terhadap Kinerja Bisnis Berkelanjutan: Investigasi Pemodelan Empiris Sektor UMKM Kuliner Nusantara. *Harmoni, 22*(1), 93-116.

Arsyad, S. R., & Azhar, J. A. (2025). Pengaruh Sertifikat Halal Terhadap Pendapatan UMKM Produk Kuliner di Musi Rawas Utara. *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah, 4*(2), 3213-3221.

||Volume||6||Nomor||1||Juni||2026||
e-ISSN: 2807-5900
Pp. 84 - 95

Hapsari, Y.A., Apriyanti, P., Hermiyanto, A., & Rozi, F. (2024). Analisa Peran UMKM Terhadap Perkembangan Ekonomi di Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Ekonomi Kreatif, 2*(4): 53-62.

Hasniar, R., Rasyid, A. R., & Jumriani. (2025). Mediasi Keputusan Pembelian Pada Label Halal Terhadap Pendapatan UMKM Produk Makanan Dan Minuman di Watampone. *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi, 4*(2), 4430-4438.

Hutasoit, N.P., Nurfaizah, B.C., & Gunardi. (2022). Pengaruh Biaya Operasional terhadap Pendapatan Pada Perum Damri Cabang Bandung. *Ekonomis: Journal of Economics and Business, 6*(1): 92-97.

Kriyantono, R. (2021). *Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif dan Kualitatif (Disertai Contoh Praktis)*. Jakarta: Prenadamedia Group.

Misbahudin, & Hasan, I. (2022). *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik (Edisi Kedua)*. Jakarta: Bumi Aksara.

Muiz, A. N., Damayanti, A., Indra, R., & Marlina, L. (2023). Pengaruh Sertifikat Halal Terhadap Pendapatan Usaha dan Halal Awareness UMKM di Sektor Halal Food (Studi Pada Pelaku Usaha UMKM Kecamatan Cihideung Kota Tasikmalaya). *J-Alif: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah dan Budaya Islam, 8*(2), 156-70.

Narimawati, U., Sarwono, J., Munandar, D., & Winarti, M.B. (2020). *Metode Penelitian dalam Implementasi Ragam Analisis: untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.

Nurdin, I., & Hartanti, S. (2019). *Metodologi Penelitian Sosial*. Surabaya: Media Sahabat Cendekia.

Nurhidayat, K., Afdawaiza, & Handayani, A. P. (2024). Pengaruh Kepemilikan Sertifikasi Halal Dan Modal Usaha Terhadap Pendapatan Usaha: Studi Empiris Pada Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) bidang kuliner di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Al-Masharif: Jurnal Ilmu Ekonomi dan Keislaman, 12*(2), 139-155.

Rukajat, A. (2021). *Metodologi Penelitian (Kuantitatif Dan Kualitatif)*. Yogyakarta: Deepublish.

Sari, E.P., & Suryana, A. (2021). Pengaruh Arus Kas Operasi, Arus Kas Investasi dan Arus Kas Pendanaan Terhadap Harga Saham Pada PT. Indocement Tunggal Prakarsa Tbk (Studi Kasus Bursa Efek Jakarta). *Jurnal Mahasiswa Akuntansi, 2*(1): 145-169.

Sembiring, P.Y.S.B., Sari, R.L., & Ruslan, D. (2023). Peningkatan Pertumbuhan Ekonomi Sumatera Utara Melalui Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). *Innovative: Journal of Social Science Research, 3*(2): 6698-6710.

Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sujarweni, V.W. (2020). *Metodologi Penelitian: Lengkap, Praktis dan Mudah Dipahami*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.