

---

## FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT PELAKU USAHA KULINER

### DALAM MENGGUNAKAN SERTIFIKASI HALAL

### (STUDI KASUS RUMAH MAKAN DI KOTA MEDAN)

Fadiya Maysaroh Lubis<sup>1</sup>, Mustapa Kamal Rokan<sup>2</sup>, Budi Dharma<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri  
Sumatera Utara

Email: [\\*maysarohfadiya@gmail.com](mailto:*maysarohfadiya@gmail.com)

---

#### **Abstract**

*The aim of the following research is to determine the influence of understanding, cost, awareness and confidence factors on the interest of restaurant culinary entrepreneurs in Medan City in using halal certification. This research uses quantitative methods. Data was collected by distributing questionnaires with a purposive sampling technique to 78 respondents. The data used is Primary Data and Secondary Data. The data analysis tool used was multiple linear regression analysis using SPSS version 22. The variables understanding, costs, awareness and confidence contributed 91.7% and the remaining 8.3% was explained by other variables not included in this research. The results of the t test concluded that the variables understanding, costs, awareness and confidence had a positive and significant effect on the interest of restaurant culinary entrepreneurs in Medan City in using halal certification. From the results of the ANOVA test, the F-count was found to be 212,739 which is greater than the F-table (3.12), the conclusion is that understanding, costs, awareness and confidence simultaneously influence the interest of restaurant culinary entrepreneurs in Medan City in using halal certification.*

**Keywords:** Awareness, Confidence, Cost, Interest, Understanding.

#### **Abstrak**

*Tujuan penelitian berikut yakni guna mengetahui pengaruh faktor pemahaman, biaya, kesadaran, dan keyakinan terhadap minat pelaku usaha kuliner Rumah Makan di Kota Medan dalam menggunakan sertifikasi halal. Penelitian ini memakai metode kuantitatif. Data dikumpulkan dengan menyebar kuisioner dengan teknik purposive sampling sebanyak 78 responden. Data yang digunakan adalah Data Primer dan Data Sekunder. Alat analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS versi 22. Variabel pemahaman, biaya, kesadaran, dan keyakinan berkontribusi sebesar 91,7% dan sisanya 8.3% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk pada penelitian ini. Hasil uji t menyimpulkan jika variabel pemahaman, biaya, kesadaran dan keyakinan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pelaku usaha kuliner rumah makan di Kota Medan dalam menggunakan sertifikasi halal. Dari hasil uji ANOVA, F-hitung didapatkan sebesar 212.739 lebih besar daripada F-tabel (3.12), kesimpulannya ialah pemahaman, biaya, kesadaran, dan keyakinan berpengaruh secara simultan terhadap minat pelaku usaha kuliner rumah makan di Kota Medan dalam menggunakan sertifikasi halal.*

**Kata Kunci:** Pemahaman, Biaya, Kesadaran, Keyakinan, Minat

---

## PENDAHULUAN

Gaya hidup halal (*halal life style*) di Indonesia pun menjadi trend yang meningkat. Hal tersebut mengindikasikan jika konsep halal mempunyai nilai ekonomi juga mempunyai harapan yang besar jika diperluas di Indonesia (Ningrum, 2022). Industri halal yang sekarang menjadi gaya hidup terdiri

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT PELAKU USAHA KULINER DALAM MENGGUNAKAN SERTIFIKASI HALAL**

Fadiya Maysaroh Lubis, Mustapa Kamal Rokan, Budi Dharma

dari bermacam-macam sektor misalnya fashion, makanan, pariwisata, kosmetik, dan lain-lain yang bertemakan islami (Batubara & Harahap, 2022). Di Indonesia saat ini sedang merebak bisnis kuliner. Makanan halal (*halal food*) sekarang menjadi kesempatan baik guna melonjakkan pertumbuhan dan pembangunan ekonomi. Hal tersebut dikatakan baik karena negara minoritas muslim pun mengambil posisi untuk perkembangan industri halal. Maka dari itu, pemerintah Indonesia berusaha mendorong sektor makanan dan minuman halal guna meningkatkan pertumbuhan industry halal (Fuadi et al., 2022).

Islam juga mengatur bagaimana seseorang terlibat dalam aktivitas konsumsi yang bermanfaat bagi kehidupan mereka. Berikut ayat al-quran yang menguraikan mengenai makanan yang harusnya dikonsumsi bagi umat muslim. Berikut Surat Al-Baqarah ayat 168 Allah SWT berfirman:

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

Artinya: “Wahai manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu.”

Sertifikasi dan label halal sangat penting dalam menenangkan umat muslim di Indonesia terkhusus saat mengkonsumsi makanan dan minuman, karena dengan begitu umat muslim bisa dengan cepat dalam mengetahui dan memilih produk mana yang bisa dan tidak bisa dikonsumsi sesuai dengan syariat Islam. Seharusnya, sertifikasi halal penting bagi kepuasan pembeli. Kepuasan kebutuhan pembeli sangat penting, karena jika tidak ada pembeli, perusahaan terkhusus usaha kuliner bisa kehilangan pendapatannya yang akibatnya akan bangkrut pada bisnisnya (Imsar, 2018). Selain untuk melindungi pelanggan dari makanan yang tidak sesuai syariat Islam, juga mendorong persaingan dan menjadi keunggulan. Sertifikasi halal merupakan salah satu poin kunci daya saing perdagangan internasional saat ini. Namun, hakikat dari sertifikasi halal yakni jaminan keamanan Halal, setelah melalui serangkaian prosedur pemeriksaan yang teliti, untuk memperoleh legalitas halal dan menjadi tolak ukur penjamin keamanan produk yang akan dikonsumsi umat muslim (Ilman et al., 2022).

Kota Medan merupakan ibu kota provinsi Sumatera Utara. Banyak tempat wisata yang bisa dikunjungi di kota Medan. Untuk wisatawan, khususnya wisatawan muslim yang datang ke Kota Medan tidak semata-mata untuk menikmati indah pemandangan wisatanya saja, namun juga deskriminatif pada wisata kulinernya (Chair et al., 2023). Perekonomian pada sektor makanan semakin naik di Kota Medan pada awal abad XXI. Perkembangan itu bisa dilihat dari semakin banyak kuliner yang datang dengan pesat sehingga pelayanan jasa pada sektor makanan dan minuman terus maju semakin pesat. Istilah rumah makan sering juga disebut sebagai restoran. Restoran tidak hanya berperan sebagai penyaji makanan dan minuman untuk pelanggan, namun juga ikut juga mendorong perekonomian pemerintah setempat dengan membayar pajak. Dalam Islam pajak juga terbilang sebagai *adh-dharibah* yang berarti beban, secara istilah dimaknai sebagai sebuah beban ataupun iuran yang diambil dari masyarakat oleh pemungut pajak (Marliana et al., 2022).

Berdasarkan hasil observasi peneliti, masih banyak rumah makan yang belum mempunyai sertifikat halal. Dan hal tersebut didukung dengan data dari Kemenag Provsu yang menyatakan hanya 15 rumah makan/restoran yang mengajukan permohonan sertifikasi halal pada tahun 2022. Jika

melihat umat muslim lebih mendominasi di Kota Medan, seharusnya para pelaku usaha rumah makan lebih mementingkan sertifikasi halal usahanya.

## KAJIAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS

### Minat

Menurut Winny (2017) minat adalah kecenderungan untuk memperhatikan dan bertindak dengan cara yang menyenangkan orang, benda, atau keadaan yang menjadi fokus perhatian seseorang.

Menurut Rahman (2022) minat bisa dimaknai sebagai suatu ketertarikan individu yang menjadi dasar pertimbangan sebelum bertindak atau mengambil keputusan.

Minat berkembang menjadi hasil dari sebuah aktivitas dan akan jadi sebab untuk dipakai lagi pada aktivitas yang serupa. Minat cukup besar pengaruhnya terhadap aktivitas yang dikerjakan (Nandar et al., 2018).

### Faktor- Faktor-Faktor Minat Pelaku Usaha Dalam Mengajukan Sertifikasi Halal

#### 1. Pemahaman tentang sertifikasi halal

Menurut KBBI, pemahaman ialah perbuatan, cara, proses, dalam memahami sebuah hal. Memahami apa yang telah dipahami tidak dijamin oleh pengetahuan. Selain memahaminya, seseorang memahami apa yang dia ketahui, tetapi juga memahami pentingnya hasil yang didapat tercapai (Muklis & Sari, 2020). Kriteria tingkat pemahaman pelaku usaha bisa dilihat dari kemampuan menjelaskan maksud, tujuan dan proses sertifikasi halal (Harbit & Syafrida, 2022).

#### 2. Biaya sertifikasi halal

Biaya merupakan dedikasi sumber daya ekonomi guna mendapatkan barang ataupun jasa yang diharapkan bisa mendatangkan kegunaan pada saat sekarang ataupun masa depan. Biaya sertifikasi halal meliputi berbagai aspek seperti biaya pendaftaran, biaya audit, biaya rapat auditor, biaya rapat komite, serta biaya publikasi sertifikat halal. Faktor-faktor yang mempengaruhi biaya sertifikasi halal ialah jumlah auditor yang melaksanakan proses audit, kompleksitas proses produksi, skala usaha, dan pengujian laboratorium. Pelaku usaha yang ingin memperoleh sertifikasi halal, harus mendaftar dan melengkapi persyaratannya (Prawira, 2019).

#### 3. Kesadaran pelaku usaha

Kesadaran bisa diartikan sebagai keahlian guna mengetahui dan mengidentifikasi peristiwa ataupun objek tertentu. Pentingnya kesadaran dalam konsumsi makanan halal bagi umat Islam. Pentingnya sertifikasi halal guna memperlihatkan jika tanggung jawab penjual bagi konsumen ialah menjamin kualitas produk halal. Menurut Soekanto dalam Wardhani, 2008 dalam Oktaviani (2017), bahwa ada empat indikator kesadaran yang masing-masing membuat tahapan tahapan berikutnya, mengacu pada tingkat kesadaran tertentu dari yang terendah sampai yang tertinggi, antara lain: pengetahuan, pemahaman, sikap, dan pola perilaku (perbuatan).

#### 4. *Self Efficacy*/keyakinan pelaku usaha

Menurut Bandura (1997) *Self Efficacy* pada dasarnya ialah hasil dari proses kognitif berupa keputusan, keyakinan, atau harapan, yaitu sejauh mana seseorang mengembangkan kemampuannya sendiri untuk melaksanakan tugas ataupun tindakan tertentu yang diperlukan guna mendapat hasil yang diinginkan. Keyakinan merupakan suatu perilaku yang menunjukkan seseorang merasa benar dan cukup. Namun keyakinan tidak bisa dijadikan sebuah jaminan kebenaran karena belum tentu benar. Rasa yakin pada produk yang diproduksi telah halal menjadi faktor yang mempengaruhi rendahnya minat menggunakan sertifikasi halal. Keyakinan itu

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT PELAKU USAHA KULINER DALAM MENGGUNAKAN SERTIFIKASI HALAL**

Fadiya Maysaroh Lubis, Mustapa Kamal Rokan, Budi Dharma

memperlihatkan jika produk yang dipasarkan oleh pelaku usaha itu telah halal tanpa memerlukan sertifikasi.

**Hipotesis**

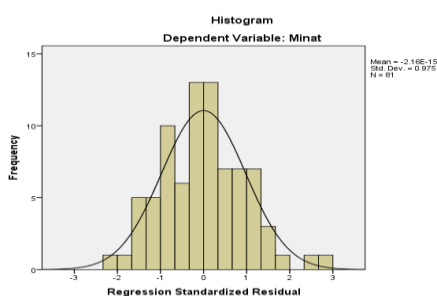
1. Diduga pemahaman berpengaruh terhadap minat pelaku usaha kuliner (rumah makan) dalam menggunakan sertifikasi halal.
2. Diduga biaya berpengaruh terhadap minat pelaku usaha kuliner (rumah makan) dalam menggunakan sertifikasi halal.
3. Diduga kesadaran berpengaruh terhadap minat pelaku usaha kuliner (rumah makan) dalam menggunakan sertifikasi halal.
4. Diduga keyakinan berpengaruh terhadap minat pelaku usaha kuliner (rumah makan) dalam menggunakan sertifikasi halal.

**METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian yang dipakai pada penelitian berikut ialah kuantitatif. Penelitian kuantitatif ialah penelitian yang fokus kepada ukuran dan analisis hubungan sebab-akibat antara variabel dibandingkan proses, dan penyelidikan dipandang dilakukan dalam kerangka nilai-netral (Hardani et al., 2020). Pendekatan penelitian yang dipakai pada penelitian berikut ialah deskriptif kuantitatif. Pada penelitian berikut populasi yang diteliti ialah seluruh pelaku usaha kuliner (rumah makan) di Kota Medan yang berjumlah 356. Sampel yang digunakan ialah *purposive sampling*. Dengan menggunakan rumus Slovin, peneliti mendapatkan jumlah sampel sebesar 78 rumah makan. Teknik pengumpulan data yang digunakan ialah observasi dan angket/kuisisioner dengan memakai pengukuran skala likert. Teknik analisis data yang digunakan ialah uji asumsi klasik yakni uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heterokedastisitas, dan uji hipotesis yakni analisis linier berganda, uji parsial (uji t), uji simultan (uji F), dan uji koefisien determinasi (R square).

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Uji Normalitas**



Bisa terlihat dari grafik tersebut, menyatakan jika seluruh data berdistribusi secara normal, karena data menggambarkan pola seperti lonceng.

## Uji Multikolinieritas

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Pemahaman	.122	8.189
Biaya	.214	4.683
Kesadaran	.138	7.241
Keyakinan	.776	1.289

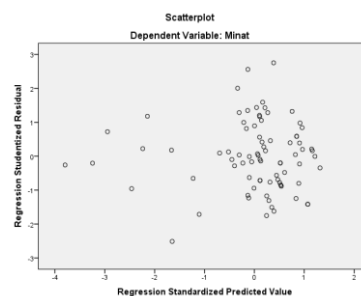
a. Dependent Variable: Minat

Hasil pengujian Multikolinieritas bisa dilihat sebagai berikut:

- a. Jika nilai Tolerance  $> 0.1$  dan VIF  $< 10$ , maka tidak adanya multikolinieritas.
- b. Jika nilai Tolerance  $< 0.1$  dan VIF  $> 10$ , maka adanya multikolinieritas.

Dari hasil tabel diatas, nilai tolerance dari variabel bebas (Pemahaman, biaya, kesadaran, keyakinan)  $> 0.10$  dan nilai VIF  $< 10$ . Jadi, bisa disimpulkan bahwa variabel tersebut tidak terjadi multikolinieritas.

## Uji Heteroskedastisitas



Dari gambar diatas, memperlihatkan jika titik-titik dalam data residual tidak berbentuk pola tertentu dan tersebar dibawah dan diatas angka 0 di sumbu Y, maka dari itu model tidak mengalami gejala heteroskedastisitas.

## Hasil Analisis Linier Berganda

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
1 (Constant)	4.956	1.989
pemahaman	.522	.090
biaya	.166	.068
kesadaran	.309	.091
keyakinan	-.323	.155

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT PELAKU USAHA KULINER DALAM MENGGUNAKAN SERTIFIKASI HALAL**

Fadiya Maysaroh Lubis, Mustapa Kamal Rokan, Budi Dharma

a. Dependent Variable: minat

Dari tabel diatas, didapat persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 4.956 + 0.522X_1 + 0.166X_2 + 0.309X_3 - 0.323X_4 + e$$

Adapun interpretasi dari model persamaan regresi di atas ialah sebagai berikut:

1. Koefisien konstanta sebesar 4.956 menyatakan apabila pemahaman, biaya, kesadaran, keyakinan terhadap diabaikan atau sama dengan nol, artinya minat (Y) ialah sebesar 4.956.
2. Koefisien regresi X1 sebesar 0.522 yang artinya jika pengetahuan meningkat 1% maka akan meningkatkan minat pelaku usaha kuliner sebesar 0.522 dan begitupun sebaliknya.
3. Koefisien regresi X2 sebesar 0.166 yang artinya jika biaya mengalami pengurangan 1% maka akan meningkatkan minat pelaku usaha kuliner sebesar 0.166 begitupun sebaliknya.
4. Koefisien regresi X3 sebesar 0.309 yang artinya jika kesadaran meningkat 1%, maka akan meningkatkan minat pelaku usaha kuliner sebesar 0.309 dan begitupun sebaliknya.
5. Koefisien regresi X4 sebesar -0.323 yang artinya jika keyakinan meningkat 1%, maka sebaliknya minat pelaku usaha kuliner turun sebesar 0.323.

**Uji Parsial (Uji t)**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		t	Sig.
1	(Constant)	2.491	.015
	pemahaman	5.804	.000
	biaya	2.426	.018
	kesadaran	3.387	.001
	keyakinan	-2.084	.041

a. Dependent Variable: minat

Berikut kriteria pengujian uji t atau parsial sebagai berikut:

- a. Apabila t-hitung > t-tabel atau t-hitung (-) < (-) t-tabel, maka H0 ditolak.
- b. Apabila t-hitung < t-tabel atau t-hitung (-) > (-) t-tabel, maka H0 diterima.

Dari tabel tersebut, maka diperoleh hasil uji t sebagai berikut:

- a. Pada variabel pemahaman, nilai t hitung 5.804 dengan t tabel sebesar 1.99167, maka  $5.804 > 1.99167$ . Nilai signifikan variabel pemahaman sebesar  $0.000 < 0.05$ . Maka hipotesis diterima, artinya pemahaman berpengaruh terhadap minat pelaku usaha kuliner dalam mengajukan sertifikasi halal.
- b. Pada variable biaya, nilai t hitung 2.426 dengan t tabel sebesar 1.99167, maka  $2.426 > 1.99167$ . Nilai signifikan variabel biaya sebesar  $0.018 < 0.05$ . Maka hipotesis diterima, artinya biaya berpengaruh terhadap minat pelaku usaha kuliner dalam mengajukan sertifikasi halal.
- c. Pada variable kesadaran, nilai t hitung 3.387 dengan t tabel sebesar 1.99167, maka  $3.387 > 1.99167$ . Nilai signifikan variabel kesadaran sebesar  $0.001 < 0.05$ . Maka hipotesis diterima, artinya biaya berpengaruh terhadap minat pelaku usaha kuliner dalam mengajukan sertifikasi halal.

- d. Pada variable keyakinan, nilai t hitung  $-2.084$  dengan t tabel sebesar  $-1.99167$ , maka  $-2.084 < -1.99167$ . Nilai signifikan variabel keyakinan sebesar  $0.041 < 0.05$ . Maka hipotesis diterima, artinya keyakinan berpengaruh terhadap minat pelaku usaha kuliner dalam mengajukan sertifikasi halal.

### Uji Simultan (F)

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2227.915	4	556.979	212.739	.000 <sup>b</sup>
	Residual	191.124	73	2.618		
	Total	2419.038	77			

Dari tabel diatas bisa dilihat jika nilai signifikannya sebesar  $0.000 < 0.05$  jadi, kesimpulannya variabel pemahaman, biaya, kesadaran, dan keyakinan berpengaruh secara simultan terhadap minat pelaku usaha kuliner dalam mengajukan sertifikasi halal.

### Hasil Koefisien Determinasi (R square)

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.960 <sup>a</sup>	.921	.917	1.618

Dari tabel diatas diperoleh nilai koefisien determinasi R Square sebesar 0.921 atau 92,1% dan sisanya  $(100\% - 92,1\%) = 7,9\%$  dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk pada penelitian ini.

### KESIMPULAN

1. Dari hasil uji hipotesis pertama (Ha1) nilai t hitung lebih besar dari t tabel sebesar  $5.804 > 1.99167$  memperlihatkan jika pemahaman berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pelaku usaha kuliner rumah makan di Kota Medan dalam menggunakan sertifikasi halal. Maka, semakin besar pemahaman pelaku usaha kuliner rumah makan di Kota Medan, maka akan tinggi juga minatnya untuk menggunakan sertifikasi halal.
2. Dari hasil uji hipotesis kedua (Ha2) nilai t hitung lebih besar dari t tabel sebesar  $2.426 > 1.99167$  memperlihatkan jika biaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pelaku usaha kuliner rumah makan di Kota Medan dalam menggunakan sertifikasi halal. Maka, semakin besar pengetahuan biaya sertifikasi halal pelaku usaha kuliner rumah makan di Kota Medan, maka akan tinggi juga minatnya untuk menggunakan sertifikasi halal.
3. Dari hasil uji hipotesis ketiga (Ha3) nilai t hitung lebih besar dari t tabel sebesar  $3.387 > 1.99167$  memperlihatkan jika kesadaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pelaku usaha kuliner rumah makan di Kota Medan dalam menggunakan sertifikasi halal. Maka, semakin tinggi tingkat kesadaran pelaku usaha kuliner rumah makan di Kota Medan dalam pentingnya menggunakan sertifikasi halal, maka akan tinggi juga minatnya untuk menggunakan sertifikasi halal.
4. Dari hasil uji hipotesis keempat (Ha4) nilai t hitung (-) lebih kecil dari t tabel (-) sebesar  $-2.084 < -1.99167$  memperlihatkan jika keyakinan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pelaku usaha kuliner rumah makan di Kota Medan dalam menggunakan sertifikasi halal. Maka, semakin tinggi tingkat keyakinan

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT PELAKU USAHA KULINER DALAM MENGGUNAKAN SERTIFIKASI HALAL**

Fadiya Maysaroh Lubis, Mustapa Kamal Rokan, Budi Dharma

---

pelaku usaha kuliner rumah makan di Kota Medan jika mereka sudah menjual makanan yang halal, maka akan tinggi juga minatnya untuk menggunakan sertifikasi halal.

**REFERENSI**

- Batubara, C., & Harahap, I. (2022). Halal Industry Development Strategies Muslims' Responses and Sharia Compliance In Indonesia. *Journal of Indonesian Islam*, 16(1), 103–132.
- Chair, M., Yusrizal, & Nasution, J. (2023). Peran Restoran Garuda Dalam Mendukung Wisata Kuliner Halal di Kota Medan (Studi Kasus : Restoran Garuda Jl. H. Adam Malik No. 14 Medan). *Jurnal Manajemen Akuntansi (JUMSI)*, 3(1), 88–100.
- Fuadi, Soemitra, A., & Nawawi, Z. M. (2022). Studi Literatur Implementasi Sertifikasi Halal Produk UMKM. *Jurnal EMT KITA*, 6(1), 118–125.
- Harbit, A. A., & Syafrida, I. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Pelaku Usaha Untuk Mengajukan Sertifikasi Halal Produk Umkm Di Kota Balikpapan. *Prosiding SNAM PNJ*
- Hardani, Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). Buku Metode Penelitian Kualitatif dan Kualitatif. In *Cv. Pustaka Ilmu Group Yogyakarta* (Issue April).
- Ilman, S. A., Silalahi, P. R., & Tambunan, K. (2022). Pengaruh Sertifikasi Halal MUI Pada Produk J. CO DONUTS Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara). *JIKEM: Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi, dan Manajemen* 2(1), 111–120.
- Imsar. (2018). Analisis Strategi Pengembangan Usaha Ucok Durian Medan. *TANSIQ: Jurnal Manajemen Dan Bisnis Islam*, 1(1), 1–14.
- Marliana, Dhalimunthe, A. A., & Harahap, R. D. (2022). Analisis Pengaruh Pajak Hotel, Pajak Restoran Dan Pajak Reklame Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Subulussalam. *Jurnal Manajemen Akuntansi (JUMSI)*, 2.
- Muklis, & Sari, S. P. (2020). Tingkat Pemahaman Pelaku UMKM terhadap Sertifikasi Halal pada Produk Dodol di Desa Serdang Kulon Kabupaten Tangerang Banten. *At-Ta'awun: Journal of Islamic Economics*, 1(1), 21–31.
- Nandar, H., Rokan, M. K., & Ridwan, M. (2018). Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Berinvestasi di Pasar Modal Syariah Melalui Galeri Investasi Iain Zawiyah Cot Kala Langsa. *Kitabah*, 02.
- Ningrum, R. T. P. (2022). Problematika Kewajiban Sertifikasi Halal bagi Pelaku Usaha Mikro dan Kecil (UMK) di Kabupaten Madiun. *Istithmar : Jurnal Studi Ekonomi Syariah*, 6(1), 43–58.
- Oktaviani, O. (2017). Studi Eksploratory Tingkat Kesadaran Penghuni Gedung Terhadap Bahaya Kebakaran Dan Jalur Evakuasi Gedung Bertingkat. *Jurnal CIVTECH*.
- Prawira, A. A. (2019). Prawira, Ahmad Aqillah. (2019). *Pemodelan dan Desain Aplikasi Biaya Sertifikasi Halal Berbasis Web Pada Rumah Potong Ayam*. Sarjana thesis, Universitas Brawijaya. Univeristas Brawijaya.
- Rahman, A. F. S. K. (2022). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Qris Sebagai Metode Pembayaran Pada Masa Pandemi (Studi Pada Mahasiwa UIN Raden Mas Said Surakarta). Institut Agama Islam Negeri Surakarta.
- Winy, R. (2017). *Faktor-Fajktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Non-Muslim Dalam Membeli Produk Asuransi Jiwa Syariah (Studi Pada AJB Bumiputera 1912 Divisi Syariah, Cabang Margonda*. UIN Syariah Hidayatullah.