



PENDAHULUAN

Latar Belakang

Perkembangan ekonomi syariah secara global menunjukkan peningkatan yang menjanjikan setiap tahunnya. Hal ini didukung dengan data dari The State of Global Islamic Economy (2020) yang menyatakan estimasi pengeluaran muslim mencapai 2.02 dolar triliun pada tahun 2019 meliputi sektor makanan, farmasi, kosmetik, mode, perjalanan dan media/rekreasi yang sesuai dengan syariat Islam. Jumlah tersebut mengalami peningkatan sebesar 3.2% dari tahun 2018. Pada tahun 2020 diperkirakan jumlah belanja muslim mengalami penurunan sebesar 8% diakibatkan oleh Covid-19, namun hal ini diprediksi akan semakin membaik diakhir tahun 2021. Pengeluaran muslim diramalkan akan mencapai 2.4 dolar triliun pada tahun 2024. Sektor makanan halal memiliki porsi paling besar dalam jumlah pengeluaran muslim yaitu sebesar 1.17 dolar triliun pada tahun 2019. Pemerintah kemudian menyambut potensi ekonomi tersebut dengan menerbitkan Peraturan Pemerintah Nomor 31 Tahun 2019 tentang Peraturan Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal. Undang-undang yang diperkuat dengan adanya Peraturan Pemerintah juga diharapkan dapat memberikan kepastian hukum kepada konsumen, khususnya masyarakat muslim sebagai konsumen terbesar.

Islam memiliki ketentuan-ketetuan hukum yang diisyaratkan Allah SWT untuk mewujudkan kebaikan serta menghindari keburukan, atau menarik manfaat dan menolak mudharat demi kemaslahatan umat yang disebut dengan maqashid syariah (Khatib 2018). Menurut Al Ghazali, maqashid syariah merupakan perlindungan terhadap lima masalah pokok yaitu agama (*hifdz al-din*), jiwa (*hifdz al-nafs*), akal (*hifdz-‘aql*), keturunan (*hifdz al-nasl*), dan harta (*hifdz al-maal*). Perlindungan terhadap jiwa (*hifdz al-nafs*) salah satunya meliputi proses produksi, distribusi dan konsumsi dalam pelaksanaan industri halal (Sulistiani, 2018). Al-Quran memberi ketentuan mengenai konsumsi makanan adalah harus memenuhi persyaratan *halal*, tidak *haram* dan *thoyyib* (baik). Halal adalah sesuatu yang jika digunakan tidak mengakibatkan mendapatkan siksa (dosa). Sedangkan haram adalah sesuatu yang dilarang tegas dilakukan oleh Allah swt dan yang melanggarinya diancam siksa di akhirat (Amin 2011). Thoyyib dalam hal makanan memiliki arti makanan tersebut tidak membahayakan bagi tubuh seseorang (Ari 2016).

Pada dasarnya asal dari segala sesuatu adalah boleh, Al Quran menyebutkan pada surat Al Baqarah ayat 29; “*Dialah Allah, yang menjadikan segala yang ada di bumi untuk kamu*”. Sama halnya dengan dasar penentuan halal haramnya suatu makanan bagi umat Islam juga terdapat dalam Al-Qur'an. Contohnya pada surat Al-Maidah ayat 3 yang berarti; “*Diharamkan bagimu (memakan) bangkai, darah, babi, dan daging hewan yang disembelih bukan atas (nama) Allah, yang tercekit, yang dipukul, yang jatuh, yang ditanduk, dan yang diterkam binatang buas, kecuali yang sempat kamu sembelih. Dan diharamkan pula yang disembelih untuk berhala....*”. Selain itu juga dijelaskan tentang haramnya khamar pada surat Al-Baqarah ayat 219; “*Mereka bertanya kepadamu tentang khamar dan judi.*

Katakanlah: pada keduanya terdapat dosa yang besar dan beberapa manfaat bagi manusia, tetapi dosa keduanya lebih besar dari manfaatnya. Dan mereka bertanya kepadamu apa yang mereka nafkahkan. Katakanlah: Yang lebih dari keperluan. Demikianlah Allah menerangkan ayat-ayat-Nya kepadamu supaya kamu berfikir.”

Melihat urgensiya, seharusnya negara-negara Islam menjadi yang terdepan dalam hal konsumsi maupun produksi makanan halal. Namun, data dari The State of Global Islamic Economy (2020) mengatakan sebaliknya. Lima negara teratas dalam hal ekspor produk makanan halal didominasi oleh negara dengan penduduk mayoritas non-muslim. Di sisi lainnya yaitu lima teratas negara yang melakukan impor produk makanan halal diduduki oleh negara-negara dengan mayoritas penduduk muslim. Hal ini memberikan gambaran mengenai masih kurangnya minat dan semangat negara-negara Islam dalam mematuhi sertifikasi pelabelan makanan halal yang terstandar.

Tabel 1 Perbandingan Top Importir dan Top Eksportir Halal Food

No.	Importir Halal Food			Eksportir Halal Food		
	Negara	Jumlah (Milyar)	No.	Negara	Jumlah (Milyar)	
1	Indonesia	\$ 144	1	Brazil	\$ 16.2	
2	Bangladesh	\$ 107	2	India	\$ 14.4	
3	Mesir	\$ 95	3	USA	\$ 13.8	
4	Nigeria	\$ 83	4	Russia	\$ 11.9	
5	Pakistan	\$ 82	5	Argentina	\$ 10.2	

Sumber : The State of Global Islamic Economy (2020)

Tabel 1 menunjukkan bahwa Indonesia menjadi negara yang dengan impor makanan halal tertinggi dibanding negara-negara muslim lainnya dengan total konsumsi sebesar \$144 Milyar. Indonesia memiliki jumlah penduduk sebanyak 237 641 326 jiwa dan 87.18% diantaranya merupakan seorang muslim (BPS 2010). Pada tahun 2018 BPS mendata terdapat 1.7 juta industri makanan kecil dan menengah; serta 11 001 usaha penyedia makanan dan minuman skala menengah besar. Menurut KBLI (Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia) tahun 2015, usaha penyediaan makanan dan minuman mencakup kegiatan pelayanan makan minum yang menyediakan makanan atau minuman untuk dikonsumsi segera baik di tempat tetap maupun sementara dengan atau tanpa tempat duduk. Usaha ini mencakup restoran, cafe, dan hotel. Saat ini belum terdapat jumlah pasti dari pelaku usaha tersebut yang telah melakukan sertifikasi halal.

Perumusan Masalah

Kota Bogor merupakan salah satu kota di Jawa Barat yang memiliki PDRB yang terus bertumbuh setiap tahunnya. Tabel 2 menunjukkan pertumbuhan PDRB Kota Bogor Atas Dasar Harga Berlaku Menurut Lapangan Usaha dari tahun 2014 sampai 2016. Lima sektor utama dengan pertumbuhan tertinggi adalah 1) Industri pengolahan, 2) Konstruksi, 3)Perdagangan, besar dan Eceran, Reparasi Mobil dan



Sepeda Motor, 4) Transportasi dan Pergudangan, 5) Penyediaan Akomodasi Makanan dan Minuman.

Tabel 2 PDRB Kota Bogor Atas Dasar Harga Berlaku Menurut Lapangan Usaha Tahun 2014-2016

No	Sektor	PDRB Kota Bogor Atas Dasar Harga Berlaku Menurut Lapangan Usaha (Juta Rupiah)		
		2014	2015	2016
1	Industri Pengolahan	5.393	5.998	6.538
2	Kontruksi	3.280	3.647	3.937
3	Perdagangan, Besar dan Eceran, Reparasi Mobli dan Sepeda Motor	6.476	7.088	7.643
4	Transportasi dan Pergudangan	3.151	3.776	4.210
5	Penyediaan Akomodasi Makan Minum	1.294	1.421	1.586
6	Informasi dan Komunikasi	1.284	1.521	1.710
7	Jasa Keuangan dan Asuransi	1.975	2.145	2.475
8	Administrasi Pemerintah, Pertahanan dan Jaminan Sosial	880	955	1.019
9	Jasa Pendidikan	798	907	997
JUMLAH		1.700	1.887	1.026

Sumber : BPS Kota Bogor 2016

Pada tahun 2019 pemerintah Indonesia berencana menggerakkan industri halal salah satu caranya adalah dengan mewajibkan sertifikasi halal MUI bagi pelaku usaha makanan dan minuman. PDRB Kota Bogor pada sektor penyediaan akomodasi makanan minuman berpotensi untuk ditingkatkan dengan tingginya jumlah cafe di Kota Bogor. Pada tahun 2017 tercatat ada sebanyak 157 cafe (Zomato 2017). Arahan pemerintah pusat tersebut disambut dengan baik oleh pemerintahan Kota Bogor dengan harapan bisa meningkatkan PDRB sektor akomodasi makanan minuman.

Kota Bogor mengadakan program Halal Fair dan program sertifikasi halal gratis setiap satu tahun sekali yang dikelola oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag). Kota Bogor telah menerima anugerah Halal Award oleh LPPOM MUI Pusat pada tahun 2015 serta disebut sebagai "Kota Halal" oleh Disperindag. Bisnis cafe yang semakin berkembang di Kota Bogor, menyebabkan adanya persaingan antar pelaku usaha baik dalam mendapatkan konsumen maupun pendapatan. Perubahan gaya hidup masyarakat mengakibatkan semakin tingginya minat masyarakat untuk makan di luar rumah atau di cafe. Namun perlu diteliti apakah penambahan jumlah pelaku usaha cafe berbanding lurus dengan peningkatan kepemilikan sertifikat halal usaha di Kota Bogor. Dengan demikian, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Apa saja identifikasi karakteristik pada cafe di Kota Bogor?



2. Menganalisis faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kepemilikan sertifikat halal oleh pelaku usaha cafe di Kota Bogor?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah tersebut, maka penelitian bertujuan untuk:

3. Mengidentifikasi karakteristik pada cafe di Kota Bogor
4. Menganalisis faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kepemilikan sertifikat halal oleh pelaku usaha cafe di Kota Bogor.

Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat, yaitu:

- Bagi pelaku usaha penelitian ini dapat dijadikan sebagai informasi mengenai pentingnya penggunaan sertifikat halal pada usahanya.
2. Bagi pemerintah penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan kebijakan peningkatan mutu sektor penyedia makanan minuman khususnya cafe.
 3. Bagi akademisi penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi mengenai pengaruh sertifikat halal terhadap usaha makanan minuman.

Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini adalah cafe yang berada di Kota Bogor, karakteristik cafe, faktor-faktor yang mempengaruhi penyedia makanan minuman cafe untuk memiliki sertifikat halal serta bagaimana pengaruh sertifikat halal terhadap omzet cafe di Kota Bogor. Responden penelitian ini adalah pemilik usaha cafe di Kota Bogor yang belum dan sudah memiliki sertifikat halal atas usahanya.

TINJAUAN PUSTAKA

Halal dan Kriteria Halal

Halal (حلال *halāl*) adalah segala objek atau kegiatan yang diperbolehkan untuk digunakan dalam islam yang berlandaskan Al-Qur'an dan Hadits. Istilah Halal lebih sering diartikan untuk makanan dan minuman. Pasangan halal adalah *thayyib* yang berarti 'baik'. Suatu makanan dan minuman tidak hanya halal, tetapi harus *thayyib*; apakah layak dikonsumsi atau tidak, atau bermanfaatkah bagi kesehatan. Lawan *halal* adalah *haram*. Halal sebagai salah satu dari lima hukum, yaitu *fardhu* (wajib), *mustahab* (disarankan), *halal* (diperbolehkan), *makruh* (dibenci), *haram* (dilarang). (Marzuki, 2012)

Makanan halal diartikan sebagai segala sesuatu makanan yang dapat dikonsumsi oleh manusia dan diperbolehkan dalam syariat Islam serta makanan tersebut bukanlah makanan haram yang disebutkan oleh Allah dalam Al Quran. Di dalam al-quran sendiri Allah memberikan petunjuk tentang makanan halal dan syarat-syarat makanan halal. Kata makan disebutkan dalam Al Quran oleh Allah subhanahu wa ta'ala sebanyak 109 kali sedangkan kata makanlah yang merupakan kata perintah didebutkan dalam al-qur'an sebanyak 27 kali. Menurut *Ensiklopedi hukum Islam* makanan yaitu segala sesuatu yang dimakan oleh manusia, sesuatu yang menghilangkan lapar. Sedangkan menurut buku petunjuk teknis sistem produksi halal yang diterbitkan oleh Departemen Agama (Depag) bahwa Makanan adalah barang yang dimaksudkan untuk dimakan atau diminum oleh manusia, serta bahan yang digunakan dalam produksi makanan dan minuman. Sedangkan halal adalah sesuatu yang boleh menurut ajaran Islam.

Mengkonsumsi yang halal hukumnya wajib karena merupakan perintah agama, namun hal tersebut pula menunjukkan bahwa salah satu bentuk perwujudan dari rasa syukur dan keimanan kepada Allah. Berdasarkan QS. Al-Baqarah ayat 173 Haram pada pokoknya ada empat, diantaranya :

1. Bangkai, yang termasuk kategori bangkai adalah hewan yang mati dengan tidak di sembelih ; termasuk di dalamnya hewan yang mati tercekit, dipukul, jatuh, ditanduk dan diterkam oleh hewan buas, kecuali yang sempat di sembelih, hanya bangkai ikan dan belalang saja yang boleh di makan.
2. Darah, sering pula diistilahkan dengan darah yang mengalir, maksudnya adalah darah yang keluar pada waktu penyembelihan (mengalir) sedangkan darah yang tersisa setelah penyembelihan yang ada pada daging setelah dibersihkan dibolehkan. Dua macam darah yang dibolehkan yaitu jantung dan limpa.
3. Babi, apapun yang berasal dari babi hukumnya haram baik darahnya, dagingnya, maupun tulangnya.
4. Binatang yang ketika disembelih menyebut selain nama Allah.

Dalam makanan halal perlu diperhatikan aspek-aspek yang menjadi kehalalan nya menurut Direktorat Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam (Bimas Islam) bahwa syarat-syarat produk pangan halal menurut syariat Islam adalah : (1) Halal dzatnya. (2) Halal cara memperolehnya. (3) Halal dalam memprosesnya. (4) Halal dalam penyimpanannya. (5) Halal dalam pengangkutannya. (6) Halal dalam penyajiannya.

Label Halal sebagai Perlindungan Konsumen

Sebagai dasar hukum penegakan hak-hak konsumen, maka Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 bertujuan menciptakan sistem perlindungan konsumen atas dasar keterbukaan informasi dan menumbuhkan kesadaran pelaku usaha betapa pentingnya perlindungan konsumen, sehingga tumbuh sikap jujur dan bertanggung jawab dalam berusaha untuk menghasilkan barang dan jasa yang dapat menjamin kenyamanan, keamanan dan keselamatan konsumen. Meskipun Undang-Undang perlindungan konsumen lebih banyak memberikan perhatian kepada kepentingan konsumen, namun tidak berarti mengabaikan pelaku usaha. Namun



hadirnya UU ini merupakan upaya dari adanya aturan tentang hak-hak pelaku usaha serta asas-asas perlindungan konsumen (Sanjaya, 2015). Kepentingan konsumen tersebut adalah perlindungan bagi keamanan jiwa, kesehatan tubuh yang tidak membahayakan diri. Semantara bagi kalangan pelaku usaha perlindungan itu berkaitan dengan kepentingan komersial mereka dalam menjalankan usaha, seperti mendapatkan bahan baku, bahan tambahan dan penolong. Termasuk juga cara memproduksi, mengangkut dan memasarkannya serta menghadapi persaingan usaha.

Selain itu Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 telah menetapkan beberapa larangan yang tidak boleh dilakukan pelaku usaha dalam kegiatan usahanya. Diantaranya adalah larangan memproduksi atau memperdagangkan barang atau jasa yang tidak sesuai keterangan, iklan atau promosi penjualannya serta larangan tidak memberi informasi secara lengkap dan benar yang berkaitan dengan produksi yang diperdagangkan, seperti barang rusak, cacat dan tercemar atau barang bekas. Larangan juga dilakukan bagi pelaku usaha yang tidak mengikuti ketentuan berproduksi secara halal, sebagaimana pernyataan halal yang dicantumkan dalam label. Larangan ini berarti, adanya label halal merupakan kewajiban yang harus dicantumkan bila pelaku usaha menyatakan produk yang dihasilkannya adalah halal dikonsumsi bagi Umat Islam. Karena itu, pelaku usaha harus memenuhi segala ketentuan berproduksi secara halal. Sehingga pelaksanaan pensertifikatan atas suatu produk untuk dinyatakan halal merupakan suatu keharusan sebelum suatu produksi sampai ke tangan konsumen. Karena hal tersebut merupakan suatu dasar diterapkan hak-hak konsumen khususnya konsumen yang beragama Islam.

Sertifikat Halal

Sertifikat Halal adalah fatwa tertulis yang dikeluarkan oleh MUI, yang membuktikan kehalalan suatu produk. Sertifikat tersebut diterbitkan berdasarkan hasil keputusan sidang Komisi Fatwa MUI setelah melalui proses audit yang dilakukan oleh LPPOM MUI. Sertifikat ini berlaku selama 2 tahun, dan harus diperpanjang 6 bulan sebelum masa berlakunya habis. Sertifikasi halal adalah suatu proses untuk memperoleh sertifikat halal melalui beberapa tahap untuk membuktikan bahwa bahan, proses produksi dan Sistem Jaminan Halal (SJH) memenuhi standar LPPOM MUI. Menurut Iranita (2012) Sertifikasi halal dapat pula didefinisikan sebagai suatu kegiatan pengujian secara sistematis untuk mengetahui apakah suatu barang yang diproduksi suatu perusahaan telah memenuhi kriteria halal. Hasil dari kegiatan sertifikasi halal adalah diterapkannya sertifikat halal apabila produk yang dimaksudkan telah memenuhi ketentuan sebagai produk halal.

LPPOM MUI

Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI) merupakan sebuah lembaga yang dibentuk oleh MUI dengan visi “menjadi lembaga sertifikasi halal terpercaya di Indonesia dan dunia untuk memberikan ketenteraman bagi umat Islam serta menjadi pusat halal dunia yang memberikan informasi, solusi dan standar halal yang diakui secara nasional dan internasional”. LPPOM MUI memiliki misi-misi untuk menjalankan



tujuannya, yaitu: (1) Menetapkan dan mengembangkan standar halal dan standar audit halal, (2) Melakukan sertifikasi produk pangan, obat dan kosmetika yang beredar dan dikonsumsi masyarakat, (3) Melakukan edukasi halal dan menumbuhkan kesadaran masyarakat untuk senantiasa mengkonsumsi produk halal, (4) Menyediakan informasi tentang kehalalan produk dari berbagai aspek secara menyeluruh (halalmui.org). Pada tahun 1989 LPPOM MUI didirikan. Latar belakang yang mendasarnya adalah lumpuhnya ekonomi Indonesia sebesar 20-30% akibat adanya boikot besar-besaran pada produk tertentu yang diduga mengandung turunan dari babi. Pendirian LPPOM MUI dituangkan dalam keputusan MUI No. Kep.18/MUI/1/1989 . LPPOM MUI memiliki tugas utama, yaitu menenteramkan umat melalui upaya sertifikasi halal produk dan sertifikasi sistem produksi yang sesuai dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan kaidah agama. Lembaga ini juga memiliki tugas menjalankan fungsi MUI untuk melindungi konsumen muslim dalam mengonsumsi makanan, minuman, obat-obatan, maupun kosmetika (LPPOM MUI 2020).

Produsen dalam Perspektif Islam

Produksi merupakan urat nadi dari rangkaian aktivitas ekonomi, yang mana tidak akan pernah ada aktivitas konsumsi, distribusi ataupun perdagangan tanpa diawali oleh proses produksi Untuk itulah aktivitas produksi sangat penting dalam kehidupan manusia. Kegiatan produksi adalah kegiatan yang menghasilkan barang dan jasa. Untuk menghasilkan suatu barang atau jasa dibutuhkan keterlibatan banyak faktor produksi. Menurut M. Iqbal pada umumnya faktor produksi melibatkan alam, tenaga kerja, modal dan kewirausahaan/pengorganisasian. Keempat faktor produksi inilah yang menghasilkan barang dan jasa. Dalam produksi masalah yang timbul juga bagaimana pengorganisasian faktor produksi serta penentuan harga input maupun output yang sesuai dengan tujuan dari produksi.

Dalam ekonomi konvensional, teori produksi ditujukan untuk memberikan pemahaman tentang perilaku perusahaan dalam membeli dan menggunakan masukan untuk produksi dan menjual keluaran atau produk. Teori produksi juga menjelaskan tentang perilaku produsen dalam memaksimalkan keuntungannya maupun mengoptimalkan efisiensi produksinya. Memaksimalkan keuntungan atau efisiensi produksi tidak akan terlepas dari dua hal; yakni struktur biaya produksi dan revenue yang didapat. Demikian juga dengan permodalan yang bisa didapat dari pinjaman tanpa kompensasi, dengan sistem bunga maupun dengan kerjasama. Islam menolak sistem konvensional sebagai prinsip dasar produksi yang Islami serta pentingnya orientasi terhadap kebijakan dan keadilan. Sehingga fokus utamanya adalah aktivitas produksi yang sesuai dengan dasar-dasar etos Islam.

Sebagaimana terdapat perbedaan yang mendasar dari perilaku seorang konsumen muslim dan non muslim, maka terdapat pula perbedaan yang mendasar dari perilaku seorang produsen muslim dan non muslim. Dalam setiap perilakunya, seorang muslim harus berpedoman kepada Al-Qur'an dan Sunnah Rasul. Kedua sumber inilah yang membedakan perilaku ekonomi seorang muslim dengan non muslim. Dari kedua sumber ini, diturunkan beberapa prinsip-prinsip dan tujuan seorang muslim menjalankan aktivitas produksi. (1) Pemenuhan kebutuhan manusia pada Penyediaan barang dan jasa di masa yang akan datang (3) Sarana bagi

kegiatan sosial dan ibadah kepada Allah (Menurut Sukarno (2010) kegiatan produksi tidak sekedar memenuhi kebutuhan hidup sebagai *homo economicus*, tetapi juga sarana untuk mengupayakan keadilan sosial dan menjaga kerukunan martabat manusia. Kegiatan produksi selalu erat dengan kegiatan bisnis. Bisnis dalam Islam mengenal batas-batas halal-haram, baik dari cara perolehan, maupun pemanfaatan. Bisnis dalam Islam juga menjaga prinsip moral yang salah satunya dengan menjual barang yang halal (Rivai et all 2012).

Konsep Maslahah

Dalam sudut pandang Islam, selain untuk mencari rizki, motivasi produsen dalam produksi adalah menyediakan kebutuhan material dan spiritual dalam mencari maslahah yang sejalan dengan tujuan kehidupan seorang muslim. Maslahah Menurut Imam Al-Ghazali, Maslahah adalah meningkatkan kesejahteraan seluruh manusia yang terletak pada perlindungan keimanan (Hifz ad-din), Jiwa (An-nafs) akal (Al-aql), keturunan (An-Nasl) dan kekayaan (Almal). Sehingga Maslahah merupakan tujuan akhir dari diciptakannya aturan-aturan ilahi, baik itu mengandung manfaat maupun menghilangkan mudharat. Konsep maslahah terdiri atas dua komponen yaitu manfaat (fisik dan nonfisik) dan berkah. Maka dalam prakteknya dapat disimpulkan bahwa tujuan dari tercapainya maslahah adalah diperolehnya manfaat dan berkah. Menurut P3EI UII (2012), maslahah merupakan formulasi dari manfaat dan berkah. Maslahah dapat ditinjau dari segi produsen maupun konsumen. Adapun formulasi ekonomi untuk maslahah adalah sebagai berikut:

$$\text{Maslahah} = \text{Keuntungan} + \text{Berkah} \quad M = \pi + B \dots\dots(1)$$

Dalam persamaan (1) notasi π disebut dengan profit atau keuntungan. Dalam ekonomi konvensional maupun ekonomi Islam tidak ada perbedaan formulasi. Adapun dalam persamaan (2) notasi B disebut dengan Berkah. Berkah merupakan hasil dari Berkah Revenue (BR) dikurangi oleh Berkah Cost (BC). Adapun formulasi untuk berkah adalah sebagai berikut:

$$B = BR - BC = -BC \dots\dots(2)$$

Konsep Profit atau keuntungan sama dengan konsep ekonomi konvensional yaitu selisih pendapatan total/total revenue dengan biaya total/total cost, yaitu:

$$\pi = TR - TC \dots\dots(3)$$

Di dalam persamaan (2) berkah dapat diasumsikan nilainya nol atau secara indrawi tidak dapat diobservasi karena memang tidak selalu berwujud material. 10 Dengan demikian mashlahah dapat didefinisikan dalam persamaan dan bisa ditulis kembali menjadi:

$$M = TR - TC - BC \dots\dots(4)$$

Persamaan (4) menunjukkan BC menjadi faktor pengurang, hal ini dikarenakan berkah tidak bisa datang dengan sendirinya melainkan harus dicari dan diupayakan kehadirannya sehingga timbul beban ekonomi. Sebagai contoh, menurut Khairunissa (2014) produsen harus mendaftarkan perusahaannya untuk mendapatkan sertifikat halal LPPOM MUI tetapi dapat meningkatkan penjualannya dan dapat dengan bebas menggunakan bahan baku halal maupun tidak halal yang tersedia di pasar tetapi, orientasi produsen pada manfaat dan berkah membuat hal tersebut tidak dilakukan, meskipun memiliki konsekuensi harus mengeluarkan biaya yang lebih tinggi pada proses pengajuan sertifikasi halal. Adanya biaya

mencari berkah tentu saja akan membawa implikasi terhadap harga barang dan jasa yang telah dihasilkan produsen. Harga jual produk (P) adalah harga yang mengakomodasi pengeluaran berkah tersebut, yaitu:

$$BP = P + BC \dots(5)$$

Dengan demikian, rumusan masalah dapat diekspresikan dalam persamaan diatas dan berubah menjadi:

$$M = BTR - TC - BC \dots(6)$$

Ketika masalah adalah tujuan maka setiap produk yang diproduksi produsen secara tidak langsung akan bermuara pada dimensi manfaat dan berkah. Dampak keberkahan nilainya memang tidak dapat diukur, namun secara nyata dapat dirasakan. Kebaikan dari suatu yang berkah dapat dirasakan baik di dunia maupun di akhirat. Dampak baik keberkahan di akhirat ialah pahala oleh Allah Swt dan dampak baik berkah di dunia ialah pemberian manfaat bagi masyarakat contohnya, (1) pemenuhan produsen terhadap hak-hak tenaga kerja yang akan meningkatkan etos kerja (2) penggunaan bahan yang halal serta tidak menipu konsumen, akan meningkatkan citra produk dan loyalitas konsumen (3) Penggunaan sumber daya alam tanpa eksploitasi yang berlebihan, berdampak pada terjaganya lingkungan yang sehat untuk masyarakat.

Klasifikasi Café

Menurut *Study on Restaurants in Vadodara - Strategic and Comparative SWOT Analysis between Fine-Dine and Fast-Food Restaurants* terdapat 2 tipe klasifikasi restoran yaitu yang terorganisir dan yang tidak terorganisir :

- Unorganized
1. *A La Carte Restaurant* adalah restoran yang telah mendapatkan ijin penuh untuk menjual makanan, lengkap dengan banyak variasi. Dimana konsumen bebas memilih sendiri makanan yang mereka kehendaki. Tiap - tiap makanan yang tersedia di restoran jenis ini memiliki harga tersendiri.
 2. *Table D'hote Restaurant* adalah restoran yang khusus menjual menu yang lengkap (dari hidangan pembuka sampai hidangan penutup), dan tertentu, dengan harga yang telah ditentukan pula.
 3. *Cafeteria* atau *Café* adalah restoran kecil yang mengutamakan penjualan kue, roti isi, kopi dan teh. Pilihan makanan terbatas dan tidak menjual minuman beralkohol.
 4. *Pub* adalah tempat hiburan umum yang memiliki izin menjual minuman bir dan minuman alkohol. Pelanggan akan mendapatkan minumannya di counter (Meja panjang yang membatasi dua ruangan).
 5. *Inn Tavern* adalah restoran dengan harga yang relatif cukup terjangkau, yang dikelola oleh perorangan di tepi kota. Suasana dibuat sangat dekat dan ramah dengan konsumennya serta menyediakan hidangan yang lezat.
 6. *Snack Bar* atau *Milk Bar* adalah restoran dengan tempat yang tidak terlalu luas yang sifatnya tidak resmi dengan pelayanan yang cepat, dimana konsumen mengumpulkan makanan mereka diatas baki yang diambil dari atas counter (meja panjang yang membatasi dua ruangan) kemudian membawanya sendiri ke meja makan. Konsumen bebas memilih makanan yang disukai, disini lebih dikenal dengan nama restoran cepat saji (fast food).



Makanan yang tersedia umumnya hamburger, roti isi, kentang goreng, ayam goreng, nasi, dan mie.

7. *Specialty Restaurant* adalah restoran yang suasana dan dekorasi seluruhnya disesuaikan dengan tipe khas makanan yang disajikan atau temanya. Restoran-restoran semacam ini menyediakan masakan Eropa, China, Jepang, India dan sebagainya. Pelayanan sedikit banyak berdasarkan tata cara negara asal makanan spesial tersebut.
8. *Family Type Restaurant* adalah restoran sederhana yang menghidangkan makanan dan minuman dengan harga yang relatif murah dan terjangkau. Terutama disediakan untuk tamu - tamu keluarga maupun rombongan.

• Organized

Restoran Formal

Industri jasa pelayanan makanan dan minuman yang dikelola secara komersial dan profesional dengan pelayanan yang eksklusif. Ciri – cirinya berupa Penerimaan Pelanggan dengan sistem pemesanan tempat terlebih dahulu, Sistem penyajian yang dipakai adalah Russian Service atau French Service atau modifikasi dari kedua Table service tersebut, Dibuka untuk pelayanan makan malam atau makan siang atau untuk makan malam dan makan siang tetapi tidak untuk makan pagi, dan Harga makanan dan minuman relatif tinggi dibandingkan dengan harga makanan dan minuman di restoran informal. Adapun yang termasuk dalam klasifikasi restoran formal antara lain : Members restaurant, super club, gourmet, main dining room, grilled restaurant, executive restaurant.

2. Restoran Informal

Industri jasa pelayanan makanan dan minuman yang dikelola secara komersial dan profesional dengan lebih mengutamakan kecepatan pelayanan, kepraktisan dan percepatan frekuensi yang silih berganti pelanggan. Ciri – cirinya berupa menu pilihan yang disediakan sangat terbatas dan membatasi menu – menu yang relatif cepat selesai dimasak, Sistem penyajian yang dipakai adalah American Service atau Ready Plate bahkan Self Service ataupun Counter service, dan Tenaga relatif sedikit dengan standar kebutuhan satu pramusaji untuk melayani 12 - 16 pelanggan. Adapun yang termasuk dalam klasifikasi restoran informal antara lain : cafe, cafeteria, fast food, coffe shop, bistro, canteen, taverns, family restaurant, pub, sandwich corner, burger corner, snack bar.

3. Restoran Khusus

Industri jasa pelayanan makanan dan minuman yang dikelola secara komersial dan profesional dengan menyediakan makanan khas yang diikuti dengan sistem penyajian yang khas dari suatu negara tertentu. Ciri – cirinya adalah, Menu yang disediakan adalah menu khas suatu negara tertentu, populer, dan disenangi banyak pelanggan secara umum, Sistem penyajian dan suasana disesuaikan dengan budaya negara asal dan dimodifikasi dengan budaya internasional, dan Harga makanan relative tinggi dibandingkan restoran informal. Adapun yang termasuk dalam klasifikasi restoran khusus antara lain : Indonesian food restaurant, Italian food restaurant, Arabian food restaurant, Japanese food restaurant.

Sehingga bisa disimpulkan bahwa cafe merupakan salah satu tempat makanan yang tidak menjual makanan berat namun terfokus pada menu makanan dan minuman ringan. Cafe memberikan menyuguhkan pelayanan dan suasana nyaman dan bersifat informal. Cafe halal termasuk kepada klasifikasi restaurant khusus karena sistem penyajian yang berlandaskan halal dan telah mendapatkan sertifikasi halal.

Penelitian Terdahulu

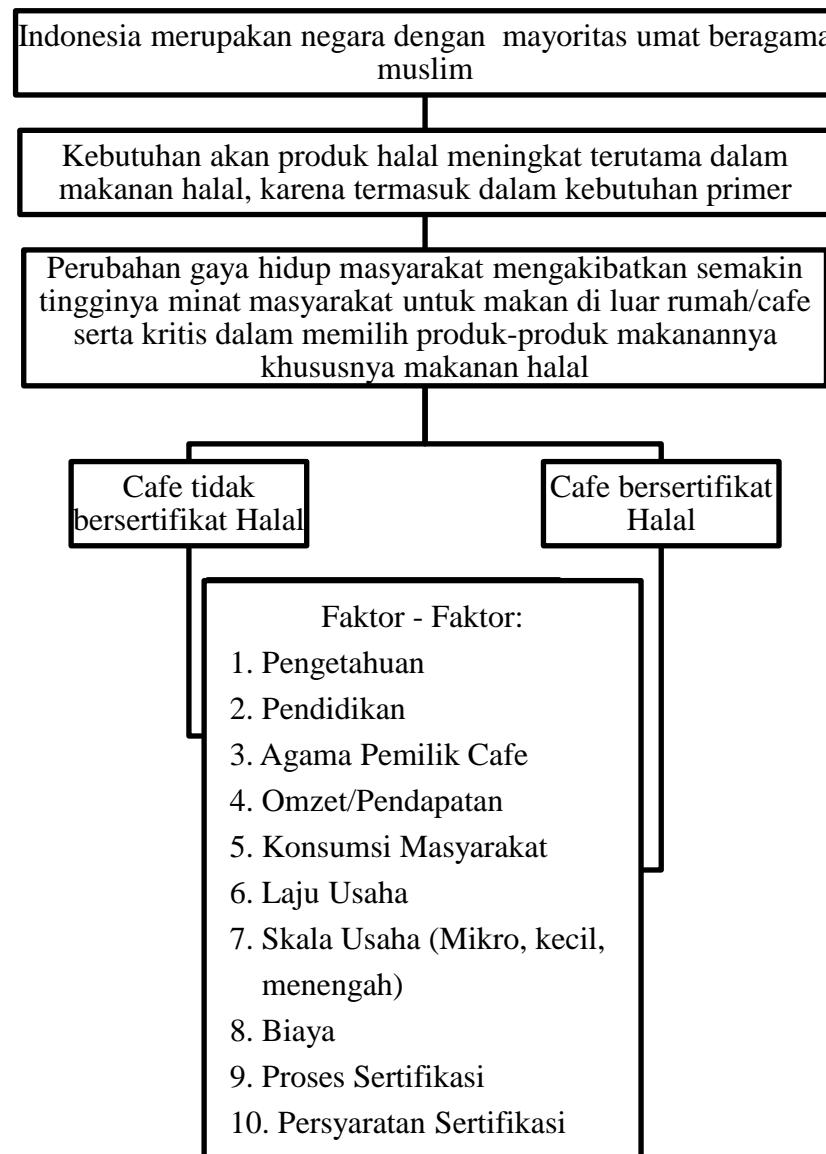
Penelitian Widya Paramitha (2014) mengenai Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Pawon Cafe Bogor, Skripsi tersebut menganalisis kepuasan konsumen Pawon Café. Karakteristik konsumen pada Pawon Café adalah wanita yang belum menikah dengan latar belakang pekerjaan sebagai karyawan dan pengeluaran per bulan antara Rp 30.00.000 - Rp 50.000.000. Konsumen memilih makan di Pawon Café karena tempatnya yang nyaman untuk berkumpul bersama teman atau keluarga. Selain itu menurut konsumen cita rasa makanan dan minuman yang disajikan juga menjadi pertimbangan untuk memilih Pawon Café sebagai tempat makan. Sebagian besar konsumen Pawon Café merasa puas dan berminat mengunjungi kembali. Indeks kepuasan konsumen yang diukur dengan Customer Satisfaction Index (CSI) sebesar 73.82 persen berada pada kriteria puas. Sedangkan pada prioritas perbaikan atribut dilakukan dengan perhitungan menggunakan diagram kartesius Importance Performance Analysis (IPA) dimana pada kuadran I hanya terdapat satu atribut yang menjadi prioritas utama untuk diperbaiki yaitu fasilitas wifi. Konsumen merasa kinerja yang dihasilkan oleh Pawon Café telah sesuai dengan harapan yang diinginkan.

Penelitian Cornell Ridha'Ajie Adyas (2015) mengenai faktor-faktor yang memengaruhi Industri Kecil dan Menengah Produk Kue dan Roti di Kota Bogor untuk memiliki sertifikat halal, skripsi tersebut mengenai faktor-faktor pelaku usaha para IKM yang belum mempunyai sertifikat halal pada produk kue dan roti. Peneliti meneliti di daerah kota Bogor dengan metode analisis deskriptif dan metode analisis Logistik. Hasilnya terdapat tiga variabel yang signifikan yaitu usia pemilik IKM, aksesibilitas yang berpengaruh positif dan pengetahuan tentang kriteria halal haram yang berpengaruh negatif. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa dari 37 IKM terdapat 22 IKM yang bersertifikat halal, dan 15 IKM yang belum bersertifikat halal.

Dessy Rezfy (2016) mengenai Pelaksanaan Sertifikasi Halal terhadap Restoran dan Rumah Makan dikaitkan dengan Perlindungan Konsumen, Skripsi tersebut membahas mengenai perlindungan hukum terhadap kehalalan makanan untuk dikonsumsi yang erat kaitannya dengan sertifikasi halal. Dalam penelitian ini metode yang dipakai berupa metode pendekatan yuridis sosiologis yang bersifat deskriptif. Penelitian dilakukan ke LPPOM MUI Sumatera Barat, Dinas Kesehatan Kota Padang Panjang serta melakukan observasi ketempat pelaku usaha restoran dan rumah makan yang dijadikan subjek penelitian. Data yang dikumpulkan berupa data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data melalui studi dokumen dan wawancara. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa LPPOM MUI telah menentukan beberapa kriteria yang harus dipenuhi oleh pelaku usaha untuk mendapatkan sertifikat halal dan proses untuk mendapatkan sertifikat halal harus

dilalui satu per satu oleh pelaku usaha. Berdasarkan hasil penelitian belum sepenuhnya pelaku usaha untuk melakukan sertifikasi halal sehingga masih merugikan kepentingan konsumen untuk mendapatkan makanan yang halal terutama bagi konsumen yang beragama Islam.

Kerangka Pemikiran



Gambar 1 Kerangka Pemikiran

METODE

Tempat dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan pada Cafe - Cafe daerah Taman Kencana, Kota Bogor Tengah. Lokasi ini ditentukan secara sengaja dengan pertimbangan bahwa Daerah Kota Tengah merupakan daerah dengan jumlah Cafe paling banyak memiliki cukup banyak pelanggan serta perkembangan Cafe nya yang cukup pesat. Penelitian ini dilakukan pada bulan Januari 2018 – Februari 2018.

Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari hasil wawancara dengan menjadikan kuesioner sebagai panduan. Data sekunder diperoleh dari Kemenprin, BPS dan Disperindag Kota Bogor, serta literatur berupa buku, artikel ilmiah, jurnal penelitian, dan skripsi penelitian yang dibutuhkan untuk menunjang penulisan skripsi ini. Data primer dalam penelitian ini diambil dengan metode survei melalui wawancara kepada pemilik Cafe bersertifikat halal di Kota Bogor yang menjadi responden. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik pengambilan sampel non acak (purposive sampling), yaitu prosedur memilih sampel berdasarkan pertimbangan karakteristik tertentu yang cocok dan diperlukan untuk menjawab penelitian (Juanda 2009). Karakteristik yang memenuhi untuk menjadi responden ialah pemilik industri yang tergolong baik Industri Kecil maupun Menengah yang sudah bersertifikat halal berdasarkan data LPPOM MUI, memproduksi makanan ringan berdasarkan KBLI 2009, serta menjalankan usahanya di wilayah kota Bogor.

Metode Analisis Data

Data hasil wawancara diolah dan dianalisis. Alat analisis dalam penelitian ini adalah perangkat lunak Microsoft Excel 2010 dan Statistical Package For Social Science (SPSS) 20. Metode analisis data menggunakan analisis deskriptif dan Logit.

Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk mengidentifikasi karakteristik responden dari segi jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, dan agama responden. Selain karakteristik responden, analisis deskriptif juga mengidentifikasi karakter usaha, yang dikelompokkan menjadi tujuh karakter yaitu: status sertifikat, sumber pembiayaan, usia sertifikat, lama usaha, sumber informasi tentang sertifikasi halal, alasan sudah bersertifikat dan alasan belum/tidak bersertifikat. Data yang ditabulasi dan dipersentasekan berdasarkan jumlah responden. Rumus yang digunakan untuk menentukan persentase adalah:

$$P = \sum X \times 100 \%.....(4)$$

Keterangan:

P = Persentase responden yang memilih jawaban (%)

f_i = Total jawaban (orang)

Σ = Jumlah responden (orang)



Penilaian atas faktor-faktor kepemilikan sertifikat halal pada cafe dinilai dengan menggunakan skala likert. Skala likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, atau persepsi seseorang mengenai gejala sosial tertentu. Skala likert digunakan pada kuesioner dengan pernyataan-pernyataan yang terkait dengan penelitian. Pernyataan-pernyataan yang terdapat pada kuesioner di penelitian ini dikelompokkan menjadi beberapa variabel. Responden memilih satu dari skala likert yang tersedia pada setiap pernyataan di kuesioner. Variabel yang diukur dengan skala likert memiliki indikator terukur, yaitu sebagai berikut (Ridwan dan Sunarto 2009): 1 = Sangat Tidak Setuju 2 = Tidak Setuju 3 = Setuju 4 = Sangat Setuju

Analisis Regresi Logistik

Regresi logistik atau yang disebut Logit merupakan bagian dari analisis regresi. Metode ini menganalisis hubungan pengaruh peubah-peubah penjelas (X) terhadap peubah respon (Y) melalui model persamaan matematis tertentu (Firdaus et all 2011). Model regresi yang digunakan dalam penelitian ini disusun dalam persamaan berikut:

$$Y_i = F(+ X_i) = F(+ GND + AGE KNW + IMG ACB LOY EDU + OZT + e \dots (5)$$

Keterangan:

Yi : Keputusan untuk memiliki sertifikat halal (1 = Memiliki sertifikat halal 0 = Belum/tidak memiliki sertifikat halal)

α : Intersep i

Bi : Parameter peubah X

KNW : Pengetahuan tentang kriteria makanan halal (Skor)

EDU : Tingkat Pendidikan (1=SD 2=SMP 3=SMA 4=Perguruan Tinggi)

OZT : Pendapatan (1 = ada peningkatan 0 = tidak ada peningkatan)

FST : Laju usaha cafe

SCL : Skala Usaha (1=Mikro 2=Kecil 3=Menengah)

CST : Biaya Sertifikasi Halal

PRC : Proses Sertifikasi Halal

RGL : Persyaratan/Regulasi Sertifikasi halal

e : Peluang galat

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Cafe di Bogor

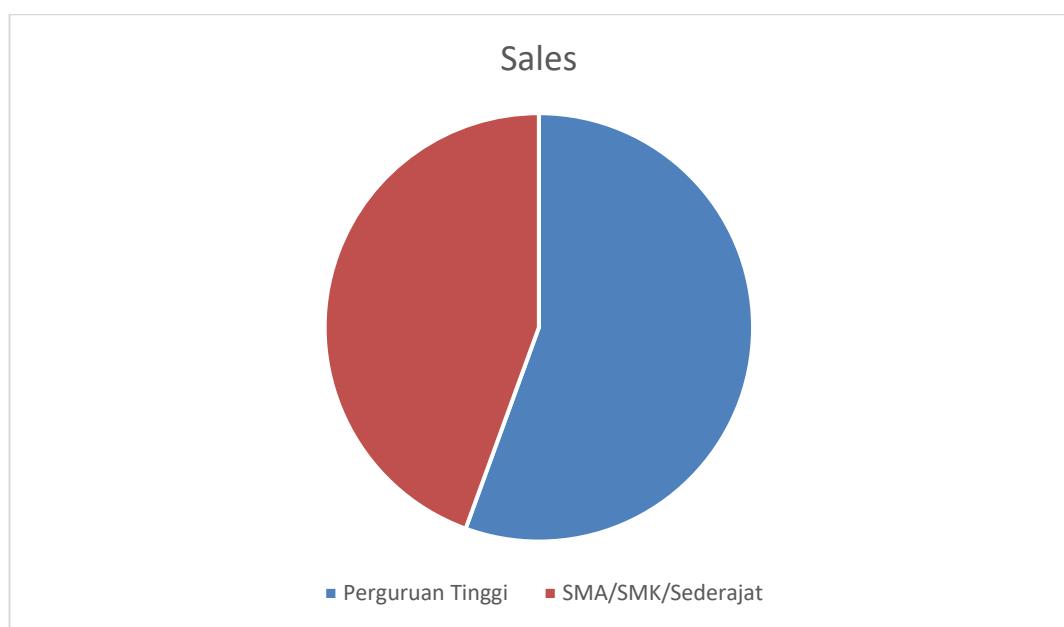
1. Jenis Kelamin

Dalam penelitian ini adalah para pemilik cafe yang mencantumkan label halal MUI dan halal non-MUI di Kota Bogor. Jumlah responden yang datanya diolah sebanyak 30 responden. Yaitu sebanyak 21 orang laki-laki dan 9 orang perempuan



2. Pendidikan

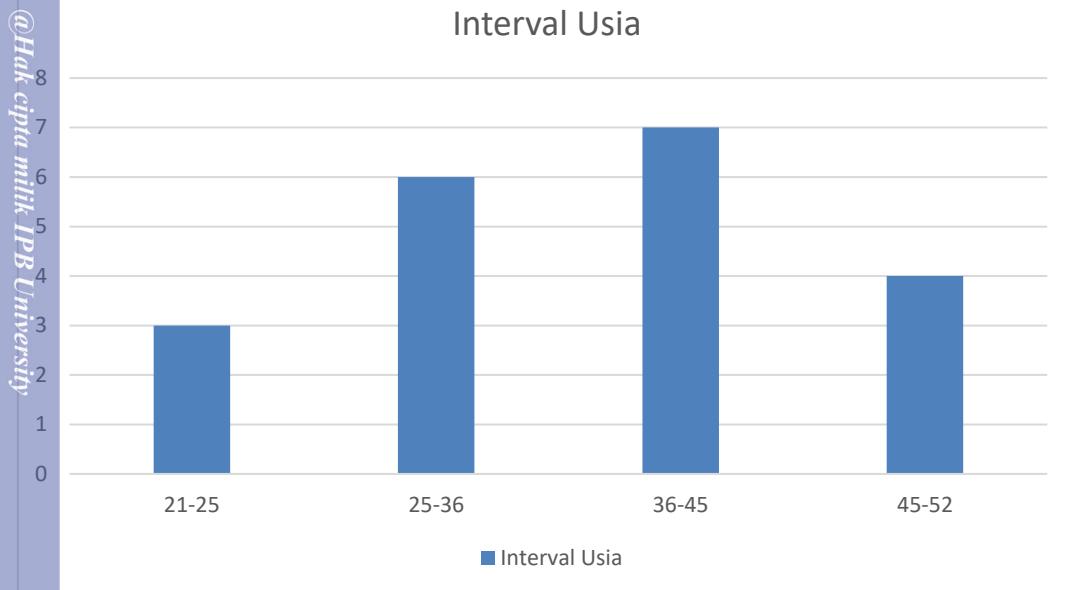
Latar belakang pendidikan responden didominasi oleh lulusan perguruan tinggi dengan total sebanyak 22 orang. Dari 22 orang lulusan perguruan tinggi tersebut, 10 orang di antaranya adalah pelaku UMKM yang mencantumkan label halal MUI. Lulusan perguruan tinggi dapat dikategorikan sebagai lulusan Diploma, Sarjana, maupun Magister. Responden dengan latar belakang lulusan SMA/SMK/Sederajat didominasi oleh pelaku usaha berlabel halal non-MUI sebanyak 8 orang dari total 8 orang.



Usia

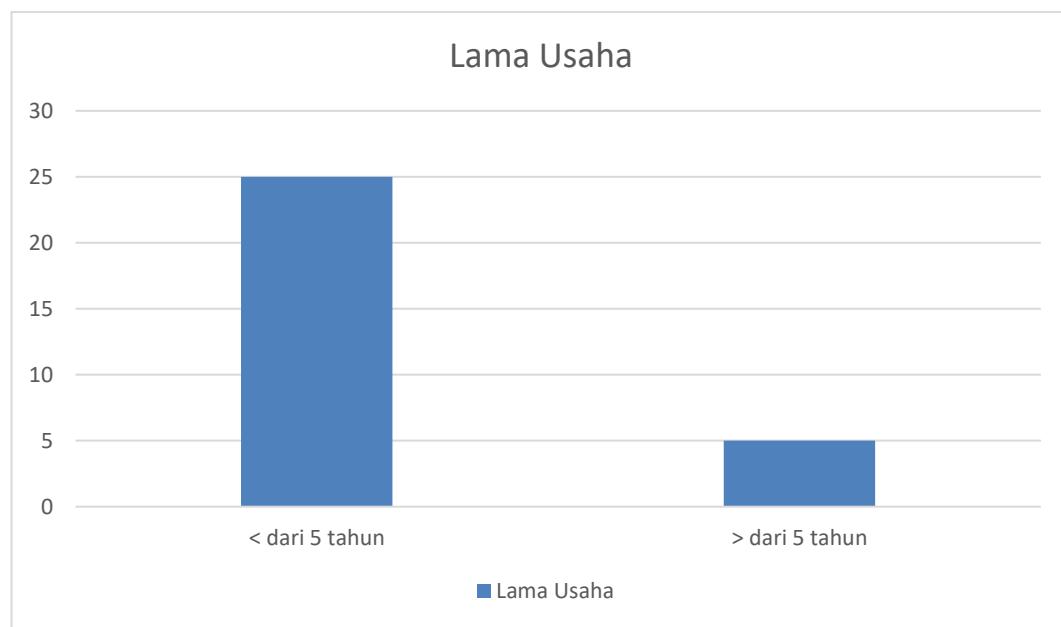
Interval usia pemilik cafe, usia responden paling muda yakni 21 tahun dan paling tua berusia 52 tahun. Mayoritas pelaku usaha berusia pada rentang 25-40 tahun sebanyak 16 orang dan rata-rata usia pemilik cafe adalah 32 tahun. Dari

seluruh responden yang berusia 36-45 tahun, 4 orang di antaranya adalah pelaku usaha yang mencantumkan label halal MUI dan 7 orang yang mencantumkan label halal non-MUI pada produk. Mayoritas pelaku usaha berlabel halal non-MUI berusia pada rentang 21-25 tahun, yaitu sebanyak 3 orang.



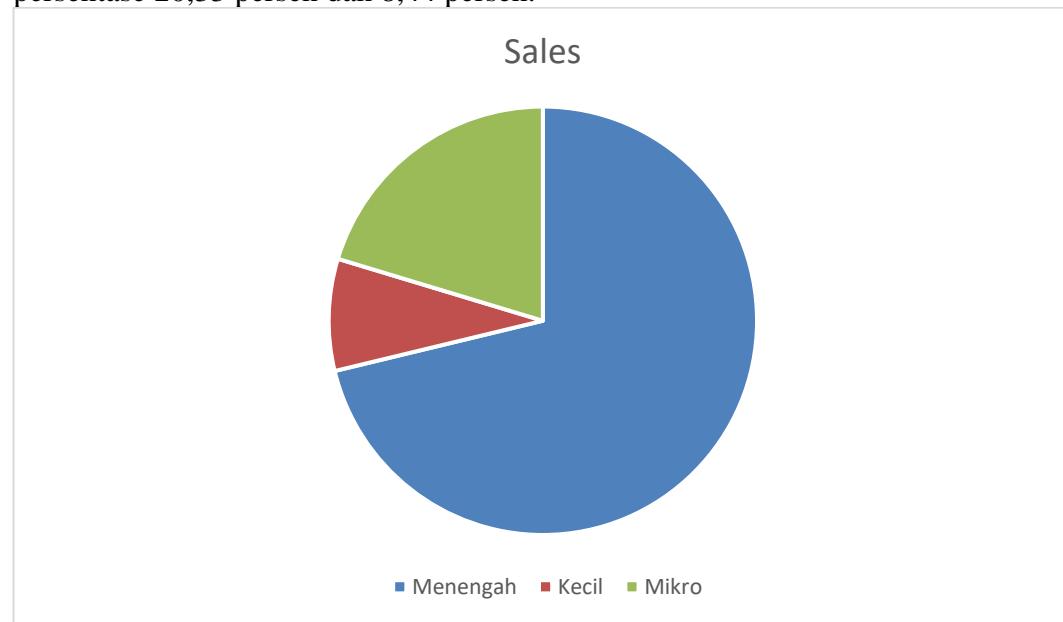
3. Karakteristik Usaha

Semua pelaku UMKM yang diwawancara memiliki karakteristik yang beragam. Dalam penelitian ini karakteristik usaha dibagi menjadi beberapa karakter, yaitu lama usaha, skala usaha, omzet, pengeluaran perbulan, tenaga kerja, status kepemilikan usaha dan sertifikat halal, dan sumber pembiayaan sertifikat halal. Adapun karakteristik usaha mengenai alasan responden untuk mencantumkan label halal MUI dan label halal non-MUI pada produk, serta sumber informasi mengenai sertifikat halal. Lama Usaha Usia Cafe menunjukkan seberapa lama pelaku usaha tersebut menjalankan usaha dalam satuan tahun. Rentangnya cukup besar, mulai dari usaha yang baru 1 tahun hingga yang telah mencapai 17 tahun dan dengan rata-rata sekitar 3,2 tahun. Mayoritas cafe yang halal MUI dan non-MUI baru berjalan sekitar 1-2 tahun, yaitu sekitar 70,7 persen dari total responden.



4. Skala Usaha

UU No. 20 tahun 2008 menjelaskan pengertian UMKM yang terdiri dari tiga kategori skala usaha, yaitu usaha berskala mikro, kecil, dan menengah. Dari seluruh responden berlabel halal MUI maupun non-MUI, usaha dengan skala menengah memiliki persentase paling besar yaitu 71,23 persen atau sebanyak 20 unit usaha. Selain itu, pelaku usaha dengan skala mikro dan kecil memiliki persentase 20,33 persen dan 8,44 persen.

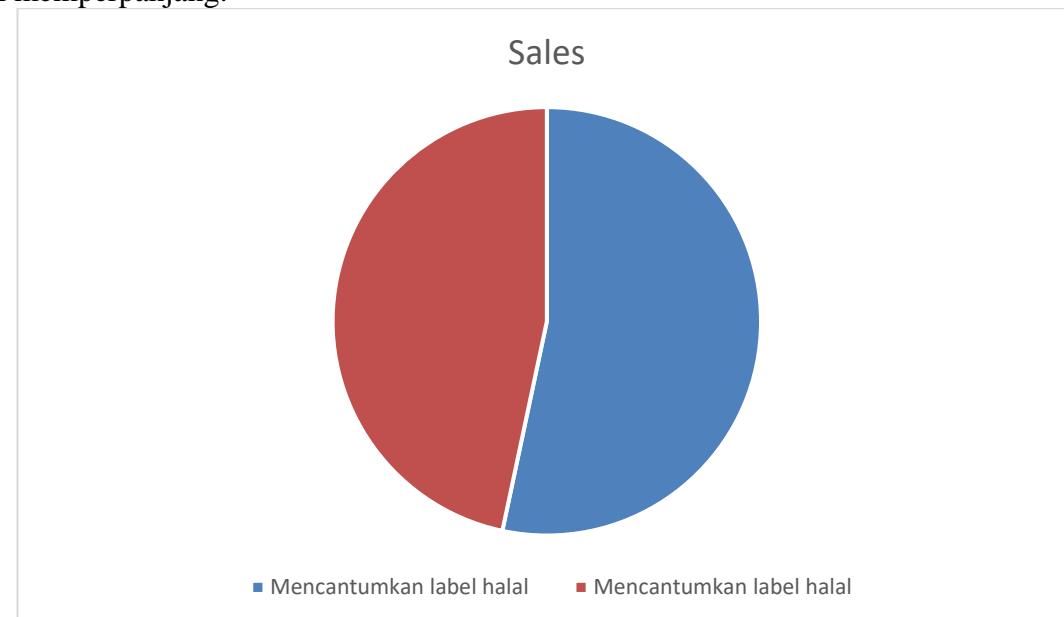


5. Tenaga Kerja

Tenaga kerja menunjukkan jumlah orang yang ikut dalam proses produksi pada suatu cafe. Interval kepemilikan tenaga kerja cukup beragam, yakni paling sedikit 5 orang dan paling banyak 30 orang.

6. Status Kepemilikan Sertifikat Halal

Total responden yang memiliki sertifikat halal MUI, sebanyak 5 cafe mencantumkan label halal MUI dan 20 cafe mencantumkan label halal non-MUI karena kelengkapan berkas yang belum dipenuhi. Terdapat 16 cafe yang tidak memiliki sertifikat halal, yang terdiri dari 10 cafe berlabel halal MUI yang pernah memiliki namun tidak memperpanjang, 14 cafe berlabel halal nonMUI yang belum pernah memiliki dan 1 cafe berlabel halal non-MUI yang pernah memiliki namun tidak memperpanjang.



Analisis Regresi Logistik untuk Mengetahui Faktor yang Berpengaruh terhadap Status Sertifikat

Untuk mengetahui faktor manakah yang paling berpengaruh pada status sertifikat maka akan dilakukan analisis regresi logistik dengan variabel dependennya terdiri dari kategori 1 untuk bersertifikat halal dan kategori 0 untuk tidak bersertifikat halal. Variabel Independen dalam model regresi logistik ini diantaranya pengetahuan, pendidikan, agama, pendapatan, laju usaha, skala usaha, biaya sertifikat, proses sertifikat, dan persyaratan sertifikat. Namun setelah dilakukan seleksi variabel dengan menggunakan metode Backward diperoleh bahwa hanya variabel biaya sertifikat yang berpengaruh terhadap status sertifikat. Sehingga pada penjelasan selanjutnya akan dilihat pengaruh dari biaya sertifikat terhadap status sertifikat.

Model Regresi Logistik

Secara umum, model regresi logistik yang terbentuk :

$$\ln \frac{p}{1-p} = \beta_0 + \beta_1 X_1 + e$$

Keterangan :

$\ln \frac{p}{1-p}$: Status Sertifikat

$\ln \frac{p}{1-p} = 1$, jika Bersertifikat Halal



$\ln \frac{p}{1-p} = 0$, jika Tidak Bersertifikat Halal

- β_0 : Konstanta
- β_1 : Koefisien regresi logistik
- X_1 : Biaya sertifikat
- e : Residual

Dengan menggunakan bantuan *IBM SPSS Statistics 23* diperoleh hasil taksiran koefisien (β_1) model regresi logistik sebagai berikut :

Tabel 3 Koefisien Model Regresi Logistik

Variabel	Estimasi Parameter (B)	Odds Ratio (Exp(B))
Konstanta	-7.213	
Biaya Sertifikat	1.491	4.443

Sehingga model regresi logistik yang didapat adalah :

$$\ln \frac{p}{1-p} = -7.213 + 1.491 X_1$$

Uji Kelayakan Model Regresi Logistik

Untuk menilai kelayakan dari model regresi logistik yang telah dibentuk digunakan pengujian Hosmer dan Lemeshow dengan hipotesis:

H_0 : Model yang dihipotesiskan fit dengan data

H_1 : Model yang dihipotesiskan tidak fit dengan data

Pengujian akan dilakukan dengan taraf signifikan 5% ($\alpha = 5\%$). Pengujian akan menolak H_0 jika p-value (probability value) bernilai < taraf signifikan 5%. Hasil perhitungan uji Hosmer dan Lemeshow dengan *IBM SPSS Statistics 23* adalah sebagai berikut:

Tabel 4 Hasil Pengujian Hosmer Lemeshow

Step	Chi-square	p-value
1	0.019	0.990

Berdasarkan hasil pengujian, didapat nilai *chi-square* hitung sebesar 0.019 dan p-value (sig) sebesar 0.990. Jika dibandingkan dengan taraf signifikansi ($\alpha = 0.05$), p-value ini bernilai jauh lebih besar sehingga H_0 diterima. Dengan demikian disimpulkan bahwa model regresi logistik dapat digunakan untuk memprediksi status sertifikat.

Uji Keseluruhan Model Regresi Logistik

Untuk menguji secara keseluruhan model, digunakan pengujian *over all* dengan melihat nilai $-2 \log \text{likelihood}$. Jika nilai tersebut mengalami penurunan selama proses iterasi hingga konvergen maka model yang dihasilkan merupakan model yang baik untuk digunakan. Berikut hasil pengujian over all model regresi yang terbentuk pada persamaan 1.

Tabel 5 Iterasi Uji Keseluruhan Model Regresi Logistik Step = 0

Iterasi	-2 Log likelihood



Step 0	1	41.054
	2	41.054
	3	41.054

Tabel 6 Iterasi Uji Keseluruhan Model Regresi Logistik Step = 1

Iterasi	-2 Log likelihood
Step 1	30.889
	30.301
	30.292
	30.292
	30.292

Perhatikan angka $-2 \text{ Log Likelihood}$, dimana pada awal (step = 0) pada angka $-2 \text{ Log Likelihood}$ adalah 41.054, sedangkan pada step 1 pada tabel *iteration history*, angka $-2 \text{ Log Likelihood}$ menurun menjadi 30.292. Penurunan ini, dimana Likelihood pada regresi logistik mirip dengan pengertian ‘*sum of squared error*’ pada model regresi, menunjukkan model regresi yang lebih baik. Sehingga koefisien-koefisien yang dipakai dalam persamaan regresi logistik ini adalah koefisien pada hasil iterasi terakhir dengan $-2 \text{ Log Likelihood}$ yang paling kecil dan telah konvergen (bernilai tetap untuk beberapa bagian step iterasi). Pada kolom koefisien pada tabel *iterasi history* terdapat nilai-nilai koefisien regresi yang sudah layak yang nilainya sama seperti koefisien untuk model yang sudah dipaparkan sebelumnya.

Nilai Nagelkerke (R^2)

Koefisien Nagelkerke (R^2) digunakan untuk melihat seberapa besar kontribusi dari variabel biaya sertifikat terhadap status sertifikat. Hasil perhitungan koefisien nagelkerke (R^2) dengan *IBM SPSS Statistics 23* diperlihatkan dalam tabel di bawah ini.

Tabel 7 Koefisien Nagelkerke

Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	30.292	0.301	0.404

Berdasarkan tabel di atas, koefisien Nagelkerke (R^2) dari biaya sertifikat pada status sertifikat berada pada nilai 0.404. Ini menunjukkan bahwa biaya sertifikat memiliki kontribusi sebesar 40.4% pada status sertifikat, sedangkan sisanya sebesar 59.6% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak terdapat dalam model regresi logistik ini.

Uji Hipotesis

Analisis pengaruh dari variabel bebas atau independen yaitu biaya sertifikat terhadap status sertifikat dilakukan dengan Uji Wald untuk pengujian parsial dan Uji Chi-square untuk uji secara simultan.

1. Pengaruh Secara Simultan

Hipotesis yang diajukan untuk melihat pengaruh secara simultan adalah:

- H_0 : Secara simultan biaya sertifikat tidak berpengaruh terhadap status sertifikat.
 H_1 : Secara simultan biaya sertifikat berpengaruh terhadap status sertifikat.

Hasil perhitungan Uji *Chi-square* ini dengan *IBM SPSS Statistics 23* adalah sebagai berikut:

Tabel 8 Hasil Uji *Chi-Square*

Step 1		<i>Chi-Square</i>	<i>p-value</i>
	Step	10.762	0.001
	Blok	10.762	0.001
	Model	10.762	0.001

Pengujian akan menolak H_0 jika *p-value* (*Sig.*) bernilai lebih kecil dari taraf signifikan ($\alpha = 0.05$). Dari tabel di atas, dapat dilihat hasil pengujian yang menunjukkan *p-value* sebesar 0.001. Jika dibandingkan dengan $\alpha = 0.05$ maka nilai-nilai tersebut benilai lebih kecil. Dengan demikian disimpulkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan dari biaya sertifikat terhadap status sertifikat.

2. Pengaruh Secara Parsial

Hipotesis yang diajukan untuk melihat pengaruh secara parsial adalah:

- H_0 : Secara parsial biaya sertifikat tidak berpengaruh terhadap status sertifikat.
 H_1 : Secara parsial biaya sertifikat berpengaruh terhadap status sertifikat.

Hasil perhitungan Uji *Wald* menggunakan *IBM SPSS Statistics 20* adalah sebagai berikut:

Tabel 9 Hasil Uji *Wald*

Variabel	B	SE	<i>Wald</i>	<i>p-value</i>	Exp(B)
Konstanta	-7.213	2.777	6.746	0.009	0.001
Biaya Sertifikat	1.491	0.547	7.437	0.006	4.443

Pengujian akan menolak H_0 jika *p-value* (*Sig.*) bernilai lebih kecil dari taraf signifikan ($\alpha = 0.05$). Dari tabel di atas, dapat dilihat hasil pengujian sebagai berikut.

Biaya Sertifikat memiliki *p-value* (*sig*) sebesar 0.006. Jika dibandingkan dengan $\alpha = 0.05$ maka benilai lebih kecil. Dengan demikian disimpulkan bahwa terdapat pengaruh dari biaya sertifikat terhadap status sertifikat. Nilai *Odds Ratio* sebesar 4.443 menunjukkan bahwa cafe yang memiliki biaya sertifikat lebih tinggi 1 satuan, 4.443 kali lebih mungkin untuk memiliki sertifikat halal dibandingkan dengan café yang biaya setifikatnya lebih rendah 1 satuan.

Dengan demikian, cafe yang memiliki biaya sertifikat lebih tinggi berpeluang lebih besar untuk memiliki sertifikat halal dibandingkan café yang biaya sertifikatnya lebih rendah.



SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan penelitian ini, maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Pelaku usaha café berlabel halal di Kota Bogor yang mencantumkan label halal MUI pada produk didominasi oleh Laki-Laki, menyelesaikan pendidikan hingga perguruan tinggi dan berusia pada rentang umur 27-35 tahun. Pelaku usaha café yang tidak mencantumkan label halal non-MUI didominasi oleh laki-laki sudah menyelesaikan perguruan tinggi dan berusia 20-25 tahun.
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi omzet cafe bersertifikat halal di Kota Bogor adalah proses sertifikasi, biaya sertifikasi, persyaratan sertifikasi, dan *halal awareness*. Dan faktor omzet tidak memengaruhi pelaku usaha café di kota Bogor untuk melakukan sertifikasi halal.

Saran

Saran yang dapat diberikan berdasarkan penelitian ini :

1. LPPOM MUI selaku penyedia sertifikat halal di Indonesia, melakukan sosialisasi literasi mengenai pentingnya sertifikasi halal baik itu bagi konsumen maupun produsen. Mulai dari tingkat kelurahan/desa, supaya segala informasi dapat merata kepada setiap lapisan masyarakat
2. Pemerintah melakukan pendataan untuk para pelaku usaha café di Kota Bogor dalam program fasilitas sertifikasi halal mulai dari tingkat kecamatan dan kelurahan/desa, agar segala informasi program fasilitas sertifikasi halal mencapai seluruh lapisan masyarakat dan proses pengajuan sertifikasi halal oleh pelaku usaha café di Kota Bogor lebih efisien.
3. Bagi peneliti selanjutnya, untuk menganalisis lebih mendalam mengenai standar baku café halal di Kota Bogor serta menganalisis dari sisi produsen atau pelaku usahanya itu sendiri, dan Lembaga terkait selaku regulator.

DAFTAR PUSTAKA

- Amin M. 2011. *Fatwa dalam Sistem Hukum Islam*. Jakarta(ID): Elsas.
- Arrezia N. 2015. *Pengaruh Sertifikat Halal terhadap Peningkatan Penjualan UMKM Jasaboga Kota Bogor* [skripsi]. Bogor (ID): Institut Pertanian Bogor.
- [BPS] Badan Pusat Statistik. 2019. *Jumlah Unit Usaha dan Tenaga Kerja Industri Kecil Mikro di Kota Bogor 2018-2019* [internet]. [diunduh pada 30 Juni 2020]. Tersedia pada: bogorkota.bps.go.id
- Dinar Standard. 2020. *State of the Global Islamic Economy Report 2019/2020*.
- Firdaus M, Harmini, MA Farid. 2011. *Aplikasi Metode Kuantitatif untuk Manajemen dan Bisnis*. Bogor (ID): IPB Press.
- Hermanianto Joko, Andayani Ratna Y. 2002. *Studi Perilaku Konsumen Berdasarkan Preferensi Konsumen*. Jurnal Teknol. (25):40-44.
- Hasan S. 2014. *Kepastian Hukum Sertifikasi dan Labelisasi Halal Produk Pangan*. Jurnal Dinamika Hukum. 14 (2): 227-238.
- Hasibuan HA, Nasution MD, Anggraini F. 2017. *The Effect of Halal Label, Halal Awareness and Brand Image on Consumer Intention to Buy*. International Journal for Innovative Research in Multidisciplinary Field. 3(11): 140-147.
- Khatib S. 2018. *Konsep Maqashid Al-Syari'ah: Perbandingan Antara Pemikiran Al Ghazali dan Al-Syatibi*. Jurnal Ilmiah Mizani Wacana Hukum, Ekonomi dan Keagamaan. Vol.5,No.1,2018. Diakses pada: <https://ejournal.iainbengkulu.ac.id/index.php/mizani/article/view/1436>
- Kumar, Dr. Pramod Kumar. 2019. *Study on Restaurants in Vadodara - Strategic and Comparative SWOT Analysis between Fine-Dine and Fast-Food Restaurants*
- [LPPOM MUI] Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia. 2014. *Prosedur Sertifikasi Halal MUI* [internet]. [diunduh pada 20 November 2017]. Tersedia pada: www.halalmui.org
- LPPOM MUI. 2020. *Sejarah LPPOM MUI*. Diakses pada: <http://www.halalmui.org/mui14/main/page/sejarah-lppom-mui>
- Mulyaningrum, Alghifari ES. 2018. *Perilaku Masyarakat Sunda Muslim dalam Mengonsumsi Produk Halal di Kota Bogor*. Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen. 11 (1): 34-39.
- Qardhawi Y. 1993. *Halal dan Haram dalam Islam*. Surabaya (ID): PT. Bina Ilmu.
- Sayekti NW. 2014. *Jaminan Produk Halal dalam Prespektif Kelembagaan*. Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Publik. Vol.5, No.2,2014. Diakses pada: <http://jurnal.dpr.go.id/index.php/ekp/article/view/84>
- [SIMBI] Sistem Informasi Manajemen Bimbingan Masyarakat Islam. 2015. *Data Sertifikasi Halal LPPOM MUI* [internet]. [diunduh pada 23 Nov 2017]. Tersedia pada: simbi.kemenag.go.id/halal/assets/collections/newsletter/files/55642c827e6ac.pdf
- Sulistiani SL. 2018. *Analisis Maqashid Syariah dalam Pengembangan Hukum Industri Halal di Indonesia*. Jurnal Law & Justice. Vol.3, No.2, 2018. Diakses pada: <http://journals.ums.ac.id/index.php/laj/article/view/7223/4377>



Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung (ID): Alfabeta.

Undang Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Jakarta. Undang Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil Menengah. Jakarta.

Undang Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. Jakarta.

Waskito D. 2015. *Pengaruh Sertifikasi Halal, Kesadaran Halal, dan Bahan Makanan terhadap Minat Beli Produk Makanan Halal (Studi pada Mahasiswa Muslim di Yogyakarta)* [skripsi]. Yogyakarta (ID): Universitas Negeri Yogyakarta. Widianto S. 2015 Nov 23.



RIWAYAT HIDUP

Penulis dilahirkan di Jakarta, 24 Juni 1996 dari ayah yang bernama Endria Suratmin dan ibu Lilis Liswati. Penulis adalah puteri kedua dari 5 bersaudari. Pendidikan dasar penulis ditempuh di SDN Cisarua 01 tahun 2007, kemudian penulis melanjutkan pendidikannya di SMPN 12 Kota Bogor dan lulus pada tahun 2011. Pada tahun yang sama penulis diterima di SMAN 9 Kota Bogor dan lulus pada tahun 2013. Penulis lulus seleksi masuk Institut Pertanian Bogor (IPB) melalui jalur Seleksi Bersama Masuk Perguruan Tinggi Negeri (SBMPTN) tulis dan diterima di Departemen Ilmu Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Manajemen.

Selama mengikuti perkuliahan penulis aktif dalam berbagai organisasi kemahasiswaan. Seperti Sharia Economic Student Club (SES-C) selama 2 periode (2016-2017). Penulis juga aktif mengikuti berbagai kepanitian dan lomba antara lain, pada (Sharia Economic Excursion) SEASON 9, dan (Pekan Ilmiah Nasional) PIMNAS 30 pada tahun 2017.

