

BAB IV

DESKRIPSI OBJEK DAN HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Objek Penelitian

1. Keadaan Geografis

Kabupaten Kudus sebagai salah satu Kabupaten di Jawa Tengah, terletak diantara 4 Kabupaten yaitu di sebelah utara berbatasan dengan Kabupaten Jepara dan Kabupaten Pati, sebelah timur berbatasan dengan Kabupaten Pati, sebelah selatan dengan Kabupaten Grobogan dan Pati serta sebelah barat berbatasan dengan kabupaten Demak dan Jepara. Letak Kabupaten Kudus antara 110°36' dan 110°50' Bujur Timur dan antara 6°51' dan 7°16' Lintang Selatan. Jarak terjauh dari barat ke timur adalah 16 km dan dari utara ke selatan 22 km. Kabupaten Kudus mempunyai luas wilayah 42.515,64 ha dengan 9 Kecamatan yaitu, Kecamatan Kaliwungu, Kecamatan Kota, Kecamatan Jati, Kecamatan Undaan, Kecamatan Mejobo, Kecamatan Jekulo, Kecamatan Bae, Kecamatan Gebog dan Kecamatan Dawe.

2. UMKM Kabupaten Kudus

Untuk mewujudkan pembangunan perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi, maka usaha mikro kecil dan menengah perlu diberdayakan sebagai bagian dari ekonomi rakyat. Pemberdayaan dilakukan melalui pemberian kesempatan berusaha, dukungan, perlindungan dan pengembangan usaha seluas-luasnya sehingga UMKM mampu tumbuh dan berkembang menjadi usaha yang mandiri.

a. Tujuan pemberdayaan UMKM:

Mewujudkan struktur perekonomian yang seimbang, berkembang dan berkeadilan. Menumbuhkan dan mengembangkan kemampuan UMKM menjadi usaha yang tangguh dan mandiri. Meningkatkan peran UMKM dalam pembangunan daerah, penciptaan lapangan kerja, pemerataan pendapatan, pertumbuhan ekonomi dan pengentasan rakyat dari kemiskinan.

b. Kriteria:

1) Usaha Mikro

Memiliki kekayaan bersih maks Rp 50 juta (tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha) memiliki hasil penjualan tahunan maks Rp 300 juta.

2) Usaha Kecil

Memiliki kekayaan bersih maks Rp 500 juta (tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha) memiliki hasil penjualan tahunan maks Rp 2,5 Milyar.

3) Usaha Menengah

Memiliki kekayaan bersih maks Rp 10 milyar (tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha) memiliki hasil penjualan tahunan maks Rp 50 milyar.

Pengembangan UMKM antara lain pemberian fasilitas bimbingan pendampingan dan bantuan perkuatan pembiayaan baik penyediaan dana oleh pemerintah (perbankan dan atau lembaga keuangan non bank) untuk memperkuat permodalan maupun pemberian jaminan pinjaman usaha oleh Lembaga Penjaminan Kredit, sebagai dukungan untuk memperbesar kesempatan memperoleh pinjaman.

c. Penumbuhan Iklim Usaha terdiri dari 8 aspek

1) Aspek Pendanaan ditujukan untuk:

Memperluas sumber pendanaan dan memfasilitasi UMKM untuk dapat mengakses kredit perbankan dan LKBB. Memperbanyak lembaga pembiayaan dan memperluas jaringannya sehingga dapat diakses oleh UMKM. Memberikan kemudahan dalam memperoleh pendanaan secara cepat, tepat, murah dan tidak diskriminatif dalam pelayanan. Membantu para pelaku UMKM untuk mendapatkan pembiayaan dan jasa/produk keuangan lainnya yang disediakan oleh perbankan dan LKBB baik konvensional/syariah dengan jaminan yang disediakan pemerintah.

2) Aspek Sarpras ditujukan untuk:

Mengadakan prasarana umum yang dapat mendorong dan mengembangkan pertumbuhan usaha mikro dan kecil. Memberikan keringanan tarif prasarana tertentu bagi usaha mikro dan kecil.

3) Aspek Informasi ditujukan untuk:

Membentuk dan mempermudah pemanfaatan bank data dan jaringan informasi bisnis. Mengadakan dan penyebarluasan informasi mengenai pasar, sumber pembiayaan, komoditas, penjaminan, desain, teknologi dan mutu.

4) Aspek Kemitraan

Mewujudkan kemitraan antar UMKM. Mewujudkan kemitraan antar UMKM dan Usaha Besar. Mengembangkan

kerjasama untuk meningkatkan posisi tawar UMKM. Mendorong terbentuknya struktur pasar yang menjamin tumbuhnya persaingan usaha yang sehat dan melindungi konsumen. Mencegah terjadinya penguasaan pasar dan pemusatan usaha oleh orang perorangan/kelompok tertentu yang merugikan UMKM.

5) Aspek Perijinan

Menyederhanakan tata cara dan jenis perijinan usaha dengan sistem pelayanan terpadu satu pintu. Membebaskan biaya perijinan bagi usaha mikro dan memberikan keringanan perijinan bagi usaha kecil.

6) Aspek Kesempatan Berusaha

Menentukan peruntukan tempat usaha yang meliputi sentra industri, lokasi pertanian rakyat, lokasi yang wajar bagi PKL serta lokasi lainnya. Menetapkan alokasi waktu berusaha untuk usaha mikro dan kecil di subsektor perdagangan retail. Menetapkan bidang usaha yang dicadangkan untuk UMKM serta bidang usaha yang terbuka untuk usaha besar dengan syarat harus bekerjasama dengan UMKM. Melindungi usaha tertentu yang strategis untuk UMKM. Mengutamakan penggunaan produk yang dihasilkan oleh usaha mikro dan kecil melalui pengadaan langsung. Memprioritaskan pengadaan barang dan jasa dan pemborongan kerja pemerintah dan pemkab. Memberikan bantuan konsultasi hukum dan pembelaan.

7) Aspek Promosi Dagang

Meningkatkan promosi UMKM di dalam negeri dan luar negeri. Memperluas sumber pendanaan untuk promosi UMKM. Memberikan insentif kepada UMKM dalam kegiatan promosi. Memfasilitasi HAKI atas produk dan desain UMKM.

8) Aspek Dukungan Kelembagaan

Mengembangkan dan meningkatkan fungsi inkubator, lembaga layanan pengembangan usaha, konsultan keuangan mitra bank sebagai lembaga pendukung pengembangan UMKM. Inkubator: lembaga yang menyediakan layanan penumbuhan WUB dan perkuatan akses sumber daya kemajuan usaha UMKM sebagai mitra usahanya (inkubator yang dikembangkan teknologi dan bisnis).

3. Pengembangan Umkm

a. Bidang Produksi Pengolahan

Dilakukan dengan cara: Meningkatkan teknik produksi dan pengolahan serta kemampuan manajemen bagi UMKM. Memberikan kemudahan dalam pengadaan sarpras, produksi dan pengolahan, bahan baku, bahan penolong dan kemasan bagi produk UMKM. Mendorong penerapan standarisasi dalam proses produksi dan pengolahan. Meningkatkan kemampuan rancang bangun dan perekayasaan bagi usaha menengah.

b. Bidang Pemasaran

Melaksanakan penelitian dan pengkajian pemasaran. Meningkatkan kemampuan manajemen dan teknik pemasaran. Menyediakan sarpras yang meliputi penyelenggara uji coba pasar, lembaga pemasaran, penyediaan rumah dagang dan promosi usaha menengah dan kecil. Memberikan dukungan promosi produk, jaringan pemasaran dan distribusi. Menyediakan tenaga konsultan profesional dalam bidang pemasaran.

c. Bidang Pengembangan SDM

Memasyarakatkan dan membudidayakan kewirausahaan. Meningkatkan ketrampilan teknis dan manajerial. Membentuk dan mengembangkan lembaga diklat untuk melaksanakan diklat, penyuluhan, motivasi, kreativitas bisnis dan penciptaan WUB.

d. Bidang Desain dan Teknologi

Meningkatkan kemampuan di bidang desain dan teknologi pengendalian mutu. Meningkatkan kerjasama dan alih teknologi. Meningkatkan kemampuan UKM di bidang penelitian untuk mengembangkan desain dan teknik baru. Memberikan insentif kepada UMKM untuk mengembangkan teknologi dan melestarikan lingkungan. Mendorong UMKM untuk memperoleh sertifikat HKI.

Upaya Pemerintah Kabupaten Kudus dalam pengembangan usaha mikro, kecil dan menengah. Bidang produksi pengolahan yaitu dengan memberikan kemudahan dalam pengadaan sarpras produksi, pengolahan dan kemasan bagi produk UMKM dan kemampuan manajerial melalui bantuan alat produksi dan kredit usaha mikro. Bidang pemasaran yaitu menyediakan sarpras yang meliputi rumah dagang, dan promosi bagi usaha mikro dan usaha kecil melalui dukungan promosi produk dan jaringan pemasaran (bantuan dana pameran SMESCO, Soropadan) kontak dagang dan kemitraan.

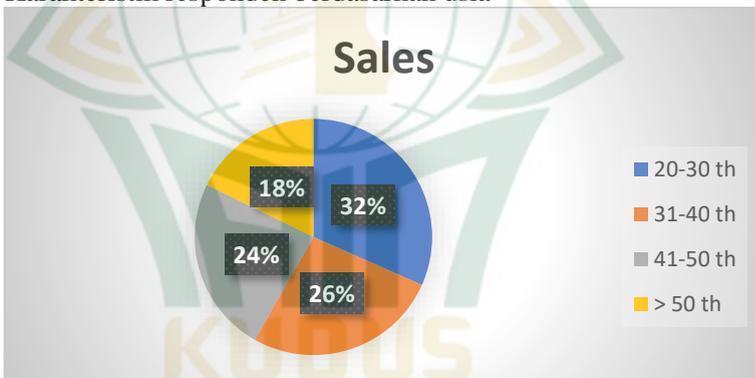
Bidang pengembangan SDM yaitu dengan memasyarakatkan dan membudayakan kewirausahaan melalui sosialisasi peraturan tentang UMKM, melaksanakan diklat, penyuluhan, motivasi dan penciptaan WUB melalui bintek kewirausahaan, penyuluhan, regulasi perijinan dan penciptaan WUB. Bidang desain dan teknologi berupa peningkatan kerjasama dan alih teknologi melalui pembentukan sentra industri, asosiasi, paguyuban, KUB, studi banding, mendorong UMKM untuk memperoleh HKI melalui penyuluhan dan bantuan dana untuk memperoleh HKI, hak cipta.

B. Deskripsi Data Penelitian

1. Karakteristik Responden

Penelitian ini dilakukan pada Wilayah Kabupaten Kudus. Sampel dalam penelitian ini adalah UMKM Makanan di Wilayah Kabupaten Kudus yang berjumlah 79 responden. Deskripsi tentang data demografik responden meliputi usia, jenis kelamin, jumlah karyawan dan pendapatan.

a. Karakteristik responden berdasarkan usia

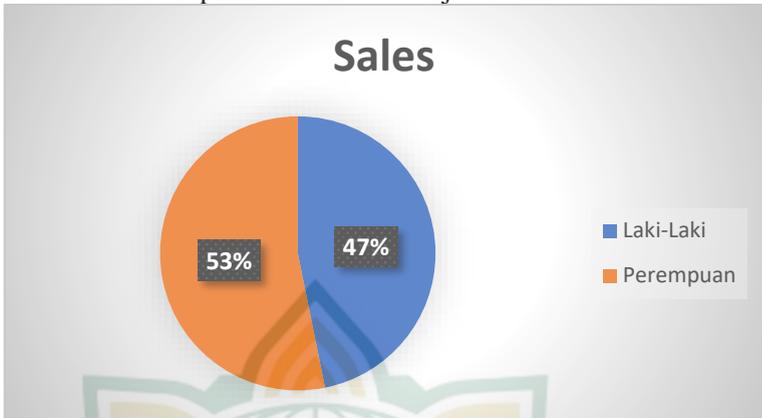


Sumber : Data kuesioner penelitian, 2023

Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan Gambar 4.1 dari penelitian terhadap 79 responden menunjukkan bahwa 32% atau 25 responden berusia 20-30 tahun, 26% atau 21 responden berusia 31-40 tahun, 24% atau 19 responden berusia 41-50 tahun dan 18% atau 14 responden berusia > 50 tahun.

b. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

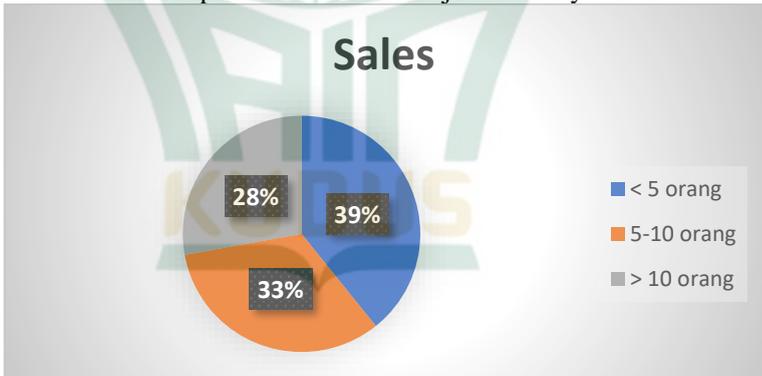


Sumber : Data kuesioner penelitian, 2023

Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan Gambar 4.2 dari penelitian terhadap 79 responden menunjukkan bahwa 53% atau 42 responden berjenis kelamin perempuan sedangkan 47% atau 37 responden berjenis kelamin laki-laki.

c. Karakteristik responden berdasarkan jumlah karyawan



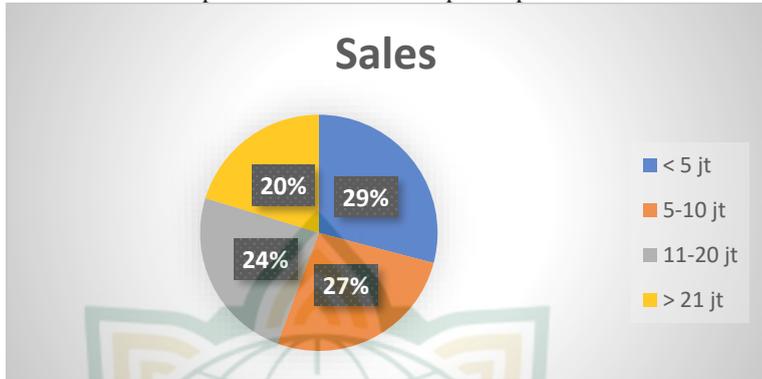
Sumber : Data kuesioner penelitian, 2023

Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Karyawan

Berdasarkan Gambar 4.3 dari penelitian terhadap 79 responden menunjukkan bahwa 39% atau 31 responden yang memiliki karyawan < 5 orang, 33% atau 26 responden yang

memiliki 5-10 orang karyawan, dan 28% atau 22 responden yang memiliki > 10 orang karyawan.

d. Karakteristik responden berdasarkan pendapatan



Sumber : Data kuesioner penelitian, 2023

Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

Berdasarkan Gambar 4.4 dari penelitian terhadap 79 responden menunjukkan bahwa 29% atau 23 responden yang memiliki pendapatan > 5 juta per bulan, 27% atau 21 responden yang memiliki pendapatan 5-10 juta per bulan, 24% atau 19 responden yang memiliki pendapatan 10-20 juta per bulan, dan 20% atau 16 responden yang memiliki pendapatan > 20 juta per bulan.

2. Distribusi Jawaban Responden

Hasil menyebarkan kuesioner kepada 79 UMKM Makanan Kabupaten Kudus. Dari keseluruhan yang tersebar 79 kuesioner yang kembali dan dapat diolah, yang selanjutnya dapat diuji dan dianalisis. Tingkat pengembalian kuesioner dapat dilihat pada tabel 4.1.

**Tabel 4.1
Tingkat Pengembalian Kuesioner**

Kriteria	Jumlah	Persentase
Kuesioner yang disebar	79	100%
Jumlah kuesioner yang tidak Kembali	0	0%
Jumlah kuesioner yang tidak lengkap	0	0%
Kuesioner yang memenuhi syarat	79	100%

Sumber: Data Primer 2023

Tabel diatas menerangkan bahwa kuesioner yang disebar 30 dan kuesioner yang diisi secara lengkap kembali 30 atau dengan kata lain tingkat pengembalian kuesioner 100%.

Tabel 4.2

Distribusi Pernyataan Berdasarkan Variabel

No	Variabel	Jumlah
1	<i>Muslim Population</i>	7
2	<i>GDP Growth</i>	4
3	<i>Halal Market</i>	6
4	<i>Muslim Lifestyle</i>	5
5	<i>Halal Ecosystem</i>	4
6	<i>Halal Industry</i>	8
Jumlah		34

Sumber: Data Primer 2023

3. Deskripsi Variabel Penelitian

Berdasarkan data yang dikumpulkan, jawaban dari responden telah direkapitulasi kemudian dianalisis untuk mengetahui deskriptif terhadap masing-masing variabel. Penilaian responden ini didasarkan pada kriteria sebagai berikut:

- Skor penilaian terendah : 1
- Skor penilaian tertinggi : 5
- Interval = $\frac{5-1}{5} = 0,80$

Sehingga diperoleh Batasan penilaian terhadap masing-masing variabel adalah sebagai berikut:

- 1,00-1,79 = Sangat Rendah
- 1,80-2,59 = Rendah
- 2,60-3,39 = Cukup
- 3,40-4,19 = Tinggi
- 4,20-5,00 = Sangat Tinggi

a. Variabel *Muslim Population* (X1)

Tanggapan dari 79 responden mengenai *Muslim Population* pada UMKM Makanan Kabupaten Kudus diukur menggunakan 7 butir pernyataan.

Tabel 4.3
Rekapitulasi Tanggapan Responden Variabel *Muslim Population*

No	Pernyataan	Kriteria Jawaban					Jml	Nilai	Ket	
		5	4	3	2	1				
1	Populasi muslim memiliki tingkat pertumbuhan yang cepat	Frek	6	28	39	5	1	79	3,42	Tinggi
		Skor	30	112	117	10	1			
2	Pesatnya pertumbuhan populasi Muslim di seluruh dunia adalah faktor yang paling mendorong perluasan pasar halal global	Frek	8	29	39	3	0	79	3,53	Tinggi
		Skor	40	116	117	6	0			
3	Milennial juga dikenal sebagai Generasi Y merupakan faktor pendorong pertumbuhan ekonomi serta industri halal global	Frek	9	29	38	2	1	79	3,54	Tinggi
		Skor	45	116	114	4	1			
4	Milennial yang menjawab kebutuhan kaum milenial Muslim dan menetapkan merek dengan membawa perubahan di seluruh ekonomi ritel	Frek	6	16	50	7	0	79	3,27	Cukup
		Skor	30	64	150	14	0			
5	Milennial adalah kekuatan pendorong dalam hal kewirausahaan, inovasi, kecerdasan teknologi, dan	Frek	12	15	48	4	0	79	3,44	Tinggi
		Skor	60	60	144	8	0			

	potensi kekuatan									
6	Islam diproyeksikan menjadi agama paling populer pada tahun 2070, yang merupakan tanda signifikan lainnya dari pertumbuhan industri halal	Frek	15	22	37	5	0	79	3,59	Tinggi
		Skor	75	88	111	10	0	284		
7	Pertumbuhan populasi Muslim dan pertumbuhan industri halal bisa terancam oleh populasi non-Muslim juga.	Frek	19	8	36	16	0	79	3,38	Cukup
		Skor	95	32	108	32	0	267		
Jumlah			75	147	287	42	2	553	3,45	Tinggi
Skor			375	588	861	84	2	1.910		

Sumber: Data Primer 2023

b. Variabel *GDP Growth* (X2)

Tanggapan dari 79 responden mengenai *GDP Growth* pada UMKM Makanan Kabupaten Kudus diukur menggunakan 4 butir pernyataan.

Tabel 4.4

Rekapitulasi Tanggapan Responden Variabel *GDP Growth*

No	Pernyataan	Kriteria Jawaban					Jml	Nilai	Ket	
		5	4	3	2	1				
1	Pertumbuhan ekonomi adalah kekuatan pendorong lain dari pertumbuhan industri halal global	Frek	13	29	33	3	1	79	3,63	Tinggi
		Skor	65	116	99	6	1			
2	Daya beli umat Islam serta konsumen di seluruh dunia juga tumbuh dengan pertumbuhan	Frek	7	40	27	3	2	79	3,59	Tinggi
		Skor	35	160	81	6	2			

	PDB masing-masing negara									
3	Ekspor juga merupakan komponen penyumbang utama terhadap PDB suatu negara	Frek	13	32	31	1	2	79	3,67	Tinggi
		Skor	65	128	93	2	2	290		
4	GDB merupakan salah satu alat ekonomi untuk mengukur potensi kekuatan ekonomi	Frek	25	39	11	2	2	79	4,05	Tinggi
		Skor	125	156	33	4	2	320		
Jumlah			58	140	102	9	7	316	3,74	Tinggi
Skor			290	560	306	18	7	1.181		

Sumber: Data Primer 2023

c. Variabel *Halal Market* (X3)

Tanggapan dari 79 responden mengenai *Halal Market* pada UMKM Makanan Kabupaten Kudus diukur menggunakan 6 butir pernyataan.

Tabel 4.5

Rekapitulasi Tanggapan Responden Variabel *Halal Market*

No	Pernyataan	Kriteria Jawaban					Jml	Nilai	Ket	
		5	4	3	2	1				
1	Negara muslim memiliki daya beli yang tinggi	Frek	14	51	11	3	0	79	3,96	Tinggi
		Skor	70	204	33	6	0	313		
2	Para pelaku industri banyak melakukan kampanye yang secara tidak langsung menciptakan kesadaran akan produk dan jasa halal yang menghasilkan kekuatan pasar Halal	Frek	12	25	38	4	0	79	3,57	Tinggi
		Skor	60	100	114	8	0	282		
3	Konsumen di seluruh dunia menjadi sadar akan pentingnya Halal, tidak hanya dalam hal	Frek	10	26	41	2	0	79	3,56	Tinggi
		Skor	50	104	123	4	0	281		

	konsumsi makanan, tetapi juga nilai-nilai etika yang terkandung di dalamnya									
4	Pasar berkembang dari semua negara ini melihat halal sebagai sarana untuk merangsang ekonomi melalui ekspor, pariwisata, nilai tambah, perdagangan, penelitian, keahlian sertifikasi, program pelatihan, simposium ilmu halal, pemasok bahan baku dan beberapa aspek lainnya	Frek	11	17	49	2	0	79	3,47	Tinggi
		Skor	55	68	147	4	0	274		
5	Ketersediaan produk yang menarik bagi konsumen Muslim	Frek	13	16	50	0	0	79	3,53	Tinggi
		Skor	65	64	150	0	0	279		
6	Negara-negara di dunia bermunculan sebagai pelaku pasar yang saling bersaing dalam industri halal	Frek	10	15	39	15	0	79	3,25	Cukup
		Skor	50	60	117	30	0	257		
Jumlah			70	150	228	26	0	474	3,56	Tinggi
Skor			350	600	684	52	0	1.684		

Sumber: Data Primer 2023

d. Variabel *Muslim Lifestyle* (X4)

Tanggapan dari 79 responden mengenai *Muslim Lifestyle* pada UMKM Makanan Kabupaten Kudus diukur menggunakan 5 butir pernyataan.

Tabel 4.6
Rekapitulasi Tanggapan Responden Variabel *Muslim Lifestyle*

No	Pernyataan	Kriteria Jawaban					Jml	Nilai	Ket	
		5	4	3	2	1				
1	Industri halal telah memperluas penawarannya ke bidang gaya hidup yang mencakup makanan halal, ramah Muslim, jasa pariwisata dan perhotelan, farmasi dan kosmetik halal serta industri fashion dan hiburan	Frek	5	17	47	9	1	79	3,20	Cukup
		Skor	25	68	141	18	1	253		
2	Pilihan dari Makanan halal yang juga berkualitas dan sehat adalah salah satu penawaran gaya hidup terbesar oleh industri halal bagi konsumen Muslim maupun non-Muslim	Frek	5	13	55	4	2	79	3,19	Cukup
		Skor	25	52	165	8	2	252		
3	Permintaan akan makanan halal semakin meningkat seiring kesadaran konsumen akan integritas halal dalam hal sertifikasi halal, standar halal, dan bahan baku halal	Frek	4	17	37	21	0	79	3,05	Cukup
		Skor	20	68	111	42	0	241		
4	Sektor makanan dan minuman (F&B) juga merupakan sektor terbesar	Frek	8	53	16	2	0	79	3,85	Tinggi
		Skor	40	212	48	4	0	304		

	dalam industry halal									
5	Ada peluang signifikan untuk investasi dan penciptaan makanan halal global	Frek	8	38	31	2	0	79	3,66	Tinggi
		Skor	40	152	93	4	0	289		
Jumlah			30	138	186	38	3	395	3,39	Cukup
Skor			150	552	558	76	3	1.339		

Sumber: Data Primer 2023

e. Variabel *Halal Ecosystem* (X5)

Tanggapan dari 79 responden mengenai *Halal Ecosystem* pada UMKM Makanan Kabupaten Kudus diukur menggunakan 4 butir pernyataan.

Tabel 4.7
Rekapitulasi Tanggapan Responden Variabel *Halal Ecosystem*

No	Pernyataan	Kriteria Jawaban					Jml	Nilai	Ket	
		5	4	3	2	1				
1	Rantai pasokan halal adalah komponen yang sangat penting bagi industri halal untuk menjaga kontrol efektif rantai pasokan halal	Frek	7	39	31	1	1	79	3,63	Tinggi
		Skor	35	156	93	2	1	287		
2	Pasar Muslim tertentu di seluruh dunia membutuhkan rasa, pengemasan, distribusi, dan sertifikasi yang berbeda	Frek	5	43	30	1	0	79	3,66	Tinggi
		Skor	25	172	90	2	0	289		
3	Mengadopsi persyaratan agama dalam semua aspek rantai pasokan ekosistem halal menjadi lebih menguntungkan	Frek	11	27	38	9	0	79	3,73	Tinggi
		Skor	55	108	114	18	0	295		

4	Karena permintaan global akan produk halal meningkat secara berulang, badan sertifikasi memperluas cakupannya termasuk layanan pengujian, inspeksi, dan sertifikasi	Frek	11	33	31	4	0	79	3,65	Tinggi
		Skor	55	132	93	8	0	288		
Jumlah			34	142	130	9	1	316	3,63	Tinggi
Skor			170	568	390	18	1	1.147		

Sumber: Data Primer 2023

f. Variabel *Halal Industry* (Y)

Tanggapan dari 79 responden mengenai *Halal Industry* pada UMKM Makanan Kabupaten Kudus diukur menggunakan 8 butir pernyataan.

Tabel 4.8

Rekapitulasi Tanggapan Responden Variabel *Halal Industry*

No	Pernyataan	Kriteria Jawaban					Jml	Nilai	Ket	
		5	4	3	2	1				
1	Konsep halal tidak lagi terbatas pada makanan saja	Frek	11	31	34	3	0	79	3,63	Tinggi
		Skor	55	124	102	6	0	287		
2	Industri halal sebagai sektor pertumbuhan potensial baru dalam ekonomi global	Frek	13	28	36	2	0	79	3,66	Tinggi
		Skor	65	112	108	4	0	289		
3	Banyak negara mayoritas nonmuslim telah menyadari potensi industry halal	Frek	8	31	36	3	1	79	3,53	Tinggi
		Skor	40	124	108	6	1	279		
4	Sector utama industry halal saat ini meluas	Frek	5	33	37	2	2	79	3,47	Tinggi
		Skor	25	132	111	4	2	274		
5	Konsumen Muslim di seluruh dunia merupakan	Frek	16	27	34	2	0	79	3,72	Tinggi
		Skor	80	108	102	4	0	294		

	peluang besar bagi industri halal									
6	Menghadapi keragaman populasi yang sama juga merupakan tantangan besar	Frek	13	21	42	3	0	79	3,56	Tinggi
		Skor	65	84	126	6	0	281		
7	Salah satu tantangan terbesar bagi industri Halal adalah membangun standar dan akreditasi halal yang diakui secara internasional	Frek	10	13	35	21	0	79	3,15	Cukup
		Skor	50	52	105	42	0	249		
8	Kurangnya kesadaran dan ketidakseimbangan rantai pasok dapat menjadi hambatan bagi pengembangan industri halal	Frek	14	13	35	17	0	79	3,30	Cukup
		Skor	70	52	105	34	0	261		
Jumlah			90	197	289	53	3	632	3,50	Tinggi
Skor			450	788	867	106	3	2.214		

Sumber: Data Primer 2023

C. Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengukur skala kuesioner yang ingin diukur valid atau tidak valid. Tingkat validitas dapat dilakukan dengan membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} , dengan melihat taraf signifikansi sebesar 0,05. Guna mengetahui tingkat validitas suatu item dapat dilakukan dengan perhitungan menggunakan SPSS 24. Hasil *output* perhitungan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.9
Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Ket
<i>Muslim Population (X1)</i>	X _{1,1}	0,779	0,306	Valid
	X _{1,2}	0,805	0,306	Valid

	X _{1,3}	0,783	0,306	Valid
	X _{1,4}	0,762	0,306	Valid
	X _{1,5}	0,824	0,306	Valid
	X _{1,6}	0,819	0,306	Valid
	X _{1,7}	0,754	0,306	Valid
<i>Product Variation (X2)</i>	X _{2,1}	0,883	0,306	Valid
	X _{2,2}	0,962	0,306	Valid
	X _{2,3}	0,887	0,306	Valid
	X _{2,4}	0,801	0,306	Valid
<i>Halal Market (X3)</i>	X _{3,1}	0,568	0,306	Valid
	X _{3,2}	0,790	0,306	Valid
	X _{3,3}	0,853	0,306	Valid
	X _{3,4}	0,829	0,306	Valid
	X _{3,5}	0,849	0,306	Valid
	X _{3,6}	0,903	0,306	Valid
<i>Muslim Lifestyle (X4)</i>	X _{4,1}	0,818	0,306	Valid
	X _{4,2}	0,752	0,306	Valid
	X _{4,3}	0,772	0,306	Valid
	X _{4,4}	0,817	0,306	Valid
	X _{4,5}	0,777	0,306	Valid
<i>Halal Ecosystem (X5)</i>	X _{5,1}	0,896	0,306	Valid
	X _{5,2}	0,867	0,306	Valid
	X _{5,3}	0,875	0,306	Valid
	X _{5,4}	0,857	0,306	Valid
<i>Industri Halal (Y)</i>	Y ₁	0,859	0,306	Valid
	Y ₂	0,794	0,306	Valid
	Y ₃	0,781	0,306	Valid
	Y ₄	0,738	0,306	Valid
	Y ₅	0,833	0,306	Valid
	Y ₆	0,803	0,306	Valid
	Y ₇	0,813	0,306	Valid
	Y ₈	0,838	0,306	Valid

Sumber: Data Olahan SPSS 24

Uji validitas diuji menggunakan 30 nonresponden yaitu konsumen UMKm Makanan di Kabupaten Kudus yang diambil secara acak, tujuannya untuk mengetahui apakah instrumen penelitian sudah valid sebelum digunakan untuk penelitian selanjutnya atau sebenarnya. Dapat diketahui bahwa semua butir

pernyataan dinyatakan valid. Maka kuesioner siap digunakan untuk penelitian.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat ukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Untuk uji reliabilitas, dilakukan dengan metode *cronbach alpha*, dimana dikatakan reliabel jika nilai *cronbach alpha* > 0,6. Berikut ini hasil pengujian reliabilitas:

Tabel 4.10
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Reliability Coeffients	Cronbach Alpha	Alpha	Keterangan
Muslim Population (X1)	7 item	0,850	0,6	Reliabel
GDP Growth (X2)	4 item	0,906	0,6	Reliabel
Halal Market (X3)	6 item	0,887	0,6	Reliabel
Muslim Lifestyle (X4)	5 item	0,842	0,6	Reliabel
Halal Ecosystem (X5)	4 item	0,893	0,6	Reliabel
Industri Halal (Y)	8 item	0,920	0,6	Reliabel

Sumber: Data Olahan SPSS 24

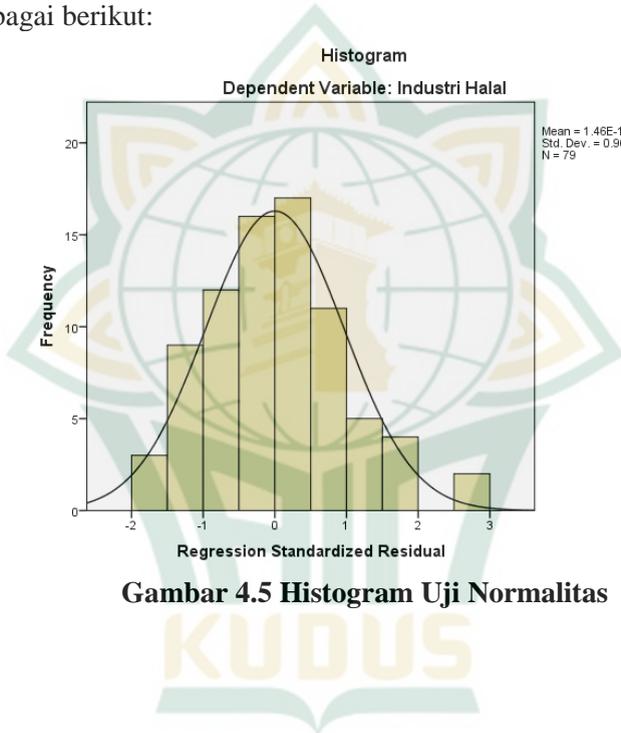
Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki nilai *cronbach alpha* > 0.6. Dengan demikian, semua variabel (X1, X2, X3, X4, X5 dan Y) dapat dikatakan reliabel atau konsisten dari waktu ke waktu untuk digunakan penelitian.

D. Uji Asumsi Klasik

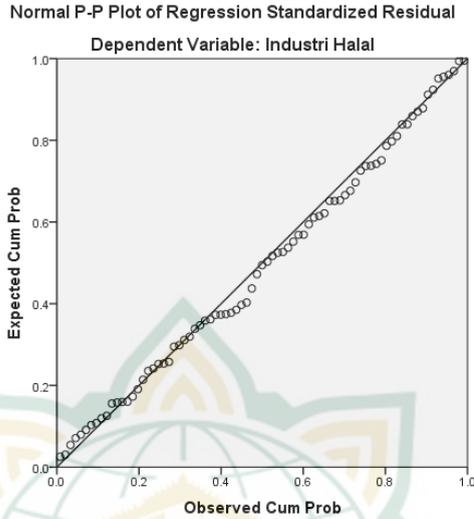
Untuk mengetahui apakah suatu data dapat dianalisis lebih lanjut diperlukan suatu uji asumsi klasik agar hasil dan analisa nantinya efisien dan tidak bias. Adapun kriteria pengujian tersebut sebagai berikut:

1. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Uji normalitas dalam penelitian ini dilakukan pada semua variabel, baik variabel independen maupun variabel dependen. Penelitian ini diuji dengan menggunakan uji statistik *one sample kolmogorov-smirnov test*. Instrumen penelitian dikatakan normal apabila probabilitas signifikansinya $> 0,05$. Dari hasil perhitungan didapatkan hasil pengujian uji normalitas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 4.5 Histogram Uji Normalitas



Gambar 4.6 P-Plot Uji Normalitas

Berdasarkan tampilan *output chart* di atas dapat dilihat grafik histogram maupun grafik plot. Dimana grafik histogram memberikan pola distribusi yang melenceng ke kanan yang artinya adalah data berdistribusi normal. Selanjutnya, pada gambar P-Plot terlihat titik-titik mengikuti dan mendekati garis diagonalnya sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Tabel 4.11 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		79
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.64352541
Most Extreme Differences	Absolute	.069
	Positive	.069
	Negative	-.033
Test Statistic		.069
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Berdasarkan tabel *output* SPSS tersebut, diketahui bahwa nilai signifikansi *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,200 lebih besar dari 0,05. Maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas *Kolmogorof-Smirnov* di atas, dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal. Dengan demikian, asumsi atau persyaratan normalitas dalam model regresi sudah terpenuhi.

2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). multikolinieritas terjadi apabila terdapat hubungan variabel independen yang dilibatkan dalam model. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas di dalam model regresi yaitu dengan menganalisis matriks korelasi variabel-variabel bebas. Multikolinieritas dapat dilihat dari nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel bebas manakah yang dapat dijelaskan oleh variabel lainnya. Nilai *Tolerance* > 0.10 atau dengan nilai VIF < 10. Maka tidak terjadi multikolinieritas. Hasil pengujian multikolinieritas dapat disajikan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 4.12
Hasil Uji Multikolinieritas

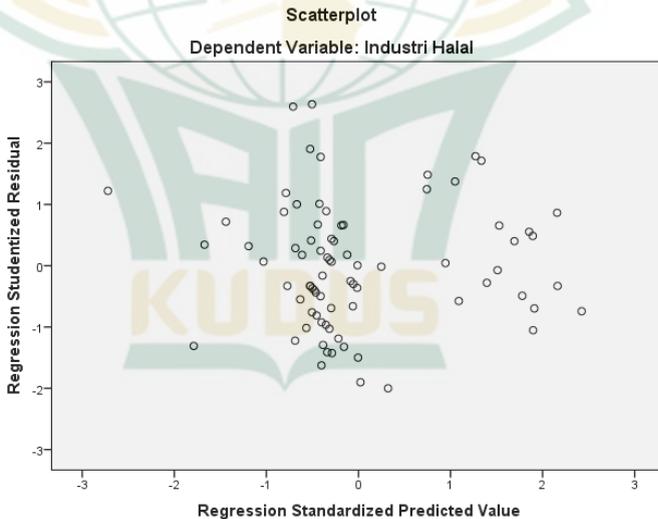
Model	Coefficients ^a					Collinearity Statistics		
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta					
1 (Constant)	-1.327	2.417			-.549	.585		
Muslim Population (X1)	.147	.126	.129		1.165	.248	.329	3.040
GDP Growth (X2)	.222	.141	.121		1.578	.119	.685	1.459
Halal Market (X3)	.463	.171	.321		2.714	.008	.289	3.458
Muslim Lifestyle (X4)	.653	.210	.361		3.109	.003	.301	3.328
Halal Ecosystem (X5)	.106	.207	.049		.511	.611	.443	2.256

a. Dependent Variable: Industri Halal (Y)

Hasil perhitungan pada tabel di atas menunjukkan hasil pengujian multikolinieritas yang dilakukan diketahui bahwa nilai *tolerance variable muslim population* sebesar 0,329, *GDP growth* sebesar 0,685, *halal market* sebesar 0,289, *muslim lifestyle* sebesar 0,301 dan *halal ecosystem* sebesar 0,443 nilai tersebut lebih besar dari 0,10. Sedangkan nilai VIF masing-masing variabel sebesar 3,040, 1,459, 3,458, 3,328 dan 2,256 nilai tersebut lebih kecil dari 10. Maka mengacu pada dasar pengambilan keputusan dalam uji multikolinieritas bahwa tidak terjadi gejala multikolinieritas antar variabel bebas dalam model regresi.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari *residual* satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika *variance* dari *residual* satu ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda, maka disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang terdapat homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Dari hasil uji heteroskedastisitas disajikan dalam gambar sebagai berikut:



Gambar 4.7 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan *output Scatterplot* di atas diketahui bahwa, titik-titik data menyebar di atas dan di bawah atau sekitar angka 0, titik-titik tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja, penyebaran titik-titik data tidak membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali dan penyebaran titik-

titik data tidak berpola. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas, hingga model regresi yang baik dan ideal dapat terpenuhi.

4. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis linier berganda bertujuan menguji hubungan antara dua atau lebih variabel bebas terhadap variabel terikat. Persamaan regresi linier berganda untuk pengujian hipotesis dalam penelitian ditujukan dengan hasil berikut:

$$Y = a + b1X1 + b2X2 + b3X3 + b4X4 + b5X5 + e$$

Dimana:

- Y = Pertumbuhan *halal industry*
- X1 = *Muslim population*
- X2 = *GDP Growth*
- X3 = *Halal Market*
- X4 = *Muslim lifestyle*
- X5 = *Halal ecosystem*
- a = Nilai Intercept (Konstanta)
- b1 = Koefisien regresi *muslim population* dengan pertumbuhan *halal industry*
- b2 = Koefisien regresi *GDP growth* dengan pertumbuhan *halal industry*
- b3 = Koefisien regresi *halal market* dengan pertumbuhan *halal industry*
- b4 = Koefisien regresi *muslim lifestyle* dengan pertumbuhan *halal industry*
- b5 = Koefisien regresi *halal ecosystem* dengan pertumbuhan *halal industry*
- e = eror/faktor lain di luar penelitian

$$Y = -1,327 + 0,147 + 0,222 + 0,463 + 0,653 + 0,106 + e$$

Persamaan regresi linier berganda di atas dapat diartikan bahwa:

- a. Nilai konstanta sebesar -1,327 menyatakan bahwa tanpa ada pengaruh dari kelima variabel faktor lain, maka variabel pertumbuhan industry halal (Y) memiliki nilai konstanta tersebut yaitu -1,327.
- b. Koefisien regresi *muslim population* (X1) yaitu 0,147 yaitu setiap terjadi kenaikan 100% maka akan meningkatkan pengaruh *muslim population* sebesar 14,7% jika variabel lain dianggap konstan.

- c. Koefisien regresi *GDP growth* (X2) yaitu 0,222 menyatakan bahwa setiap terjadi kenaikan sebesar 100% maka akan meningkatkan pengaruh *GDP growth* sebesar 22,2% jika variabel independent lain dianggap konstan.
- d. Koefisien regresi *halal market* (X3) yaitu 0,463 menyatakan bahwa setiap terjadi kenaikan sebesar 100% maka akan meningkatkan pengaruh *halal market* sebesar 46,3% jika variabel lain dianggap konstan.
- e. Koefisien regresi *muslim lifestyle* (X4) yaitu 0,653 menyatakan bahwa setiap terjadi kenaikan sebesar 100% maka akan meningkatkan pengaruh *muslim lifestyle* sebesar 65,3% jika variabel lain dianggap konstan.
- f. Koefisien regresi *halal ecosystem* (X5) yaitu 0,106 menyatakan bahwa setiap terjadi kenaikan sebesar 100% maka akan meningkatkan pengaruh *halal ecosystem* sebesar 10,6% jika variabel lain dianggap konstan.

E. Teknik Analisis Data

1. Uji Signifikansi Parameter Simultan (F)

Uji simultan adalah uji statistik untuk koefisien regresi yang simultan atau serentak atau bersama-sama mempengaruhi variabel dependen (Y). Tujuan pengujian ini adalah untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen secara signifikan. Uji F digunakan untuk menguji signifikan pengaruh beberapa variable independen terhadap variabel dependen, pengujian menggunakan tingkat signifikansi 0,05. Berdasarkan hasil perhitungan uji diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.13
Hasil Uji F

Koefisien	Nilai
Nilai F	34,790
Nilai Sig.	0,000

Sumber: Data Olahan SPSS 24

Kriteria pengambilan keputusan:

Ho diterima jika $f \text{ hitung} < f \text{ tabel}$

Ho ditolak jika $f \text{ hitung} > f \text{ table}$

Berdasarkan hasil uji F hitung (simultan) bisa diketahui bahwa skor F hitung dalam tabel 4.13 adalah 34,790 dengan tingkat signifikansi 0,000. Angka tersebut melebihi F tabel yakni 2,22

ataupun $f_{hitung} > f_{tabel}$. Dengan demikian $f_{hitung} > f_{tabel}$ ($34,790 > 2,22$) dan signifikansinya $0,000 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, dengan demikian hipotesis **terdapat pengaruh secara simultan yaitu muslim population, GDP growth, halal market, muslim lifestyle dan halal ecosystem berpengaruh terhadap pertumbuhan industry halal.**

2. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t)

Digunakan untuk mengetahui masing-masing sumbangan variabel bebas secara parsial terhadap variabel tergantung. Menggunakan uji masing-masing koefisien regresi variabel bebas apakah mempunyai pengaruh yang bermakna atau tidak terhadap variabel terikat. Untuk mengetahui apakah hipotesis yang digunakan signifikan atau tidak, maka perlu membandingkan antara T_{hitung} dengan T_{tabel} , sebagai berikut:

$T_{hitung} > T_{tabel} = H_0$ ditolak (ada pengaruh)

$T_{hitung} < T_{tabel} = H_0$ diterima (tidak ada pengaruh)

Dari hasil perhitungan didapatkan hasil pengujian hipotesis secara parsial pada tabel berikut ini:

Tabel 4.14
Hasil Uji t

Variabel	T_{hitung}	T_{tabel}	Sig.	Keterangan
Muslim Population	1,165	0,677	0,248	Berpengaruh
GDP Growth	1,578	0,677	0,119	Berpengaruh
Halal Market	2,714	0,677	0,008	Berpengaruh
Muslim Lifestyle	3,109	0,677	0,003	Berpengaruh
Halal Ecosystem	0,511	0,677	0,611	Tidak Berpengaruh

Sumber: Data Olahan SPSS 24

Berdasarkan tabel *output* hasil uji di atas dapat diambil kesimpulan bahwa:

a. Uji Hipotesis Variabel *Muslim Population*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa t_{hitung} sebesar 1,165 dengan tingkat signifikansi (sig) 0,248. Sedangkan $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan df (79-2-1) sama 76 dengan α 0,05 (5%) adalah 0,667 dengan demikian $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $1,165 > 0,667$ maka H_0 ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa *muslim population* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan industry halal. Dengan demikian **terdapat pengaruh muslim population terhadap pertumbuhan industry halal.**

b. Uji Hipotesis Variabel *GDP Growth*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa t_{hitung} sebesar 1,578 dengan tingkat signifikansi (sig) 0,119. Sedangkan $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan df (79-2-1) sama 76 dengan α 0,05 (5%) adalah 0,667 dengan demikian $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $1,578 > 0,667$ maka H_0 ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa *GDP Growth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan industry halal. Dengan demikian **terdapat pengaruh GDP growth terhadap pertumbuhan industry halal.**

c. Uji Hipotesis Variabel *Halal Market*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa t_{hitung} sebesar 2,714 dengan tingkat signifikansi (sig) 0,008. Sedangkan $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan df (79-2-1) sama 76 dengan α 0,05 (5%) adalah 0,667 dengan demikian $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $2,714 > 0,667$ maka H_0 ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa *halal market* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan industry halal. Dengan demikian **terdapat pengaruh halal market terhadap pertumbuhan industry halal.**

d. Uji Hipotesis Variabel *Muslim Lifestyle*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa t_{hitung} sebesar 3,109 dengan tingkat signifikansi (sig) 0,003. Sedangkan $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan df (79-2-1) sama 76 dengan α 0,05 (5%) adalah 0,667 dengan demikian $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $3,109 > 0,667$ maka H_0 ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa *muslim lifestyle* berpengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan industry halal. Dengan demikian **terdapat pengaruh muslim lifestyle terhadap pertumbuhan industry halal.**

e. Uji Hipotesis Variabel *Halal Ecosystem*

Hasil penelitian menunjukkan bahwa t_{hitung} sebesar 0,511 dengan tingkat signifikansi (sig) 0,611. Sedangkan $t_{hitung} < t_{tabel}$ dengan df (79-2-1) sama 76 dengan α 0,05 (5%) adalah 0,667 dengan demikian $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $0,511 < 0,667$ maka H_0 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa *halal ecosystem* tidak berpengaruh positif dan dan tidak signifikan terhadap pertumbuhan industry halal. Dengan demikian **tidak terdapat pengaruh halal ecosystem terhadap pertumbuhan industry halal.**

3. Menghitung Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur besarnya sumbangan dari variabel bebas yang diteliti terhadap variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Pengujian koefisien dterminan menggunakan uji *Model Summary*

pada kolom *R Square*. Berikut merupakan hasil uji output koefisien determinasi (R^2) sebagai berikut:

Tabel 4.15
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.839 ^a	.704	.684	2.733

a. Predictors: (Constant), Halal Ecosystem, GDP Growth, Halal Market, Muslim Population, Muslim Lifestyle

b. Dependent Variable: Industri Halal

Berdasarkan tabel tersebut, terlihat bahwa skor koefisien determinasi yang dinyatakan pada nilai *Adjusted R Square* yaitu senilai 0,684, berarti bahwa sumbangan *muslim population* (X1), *GDP growth* (X2), *halal market* (X3), *muslim lifestyle* (X4), dan *halal ecosystem* (X5) pada pertumbuhan industri halal (Y) mendapat pengaruh senilai 68,4%. Sehingga, besaran *muslim population*, *GDP growth*, *halal market*, *muslim lifestyle*, dan *halal ecosystem* pada pertumbuhan industri halal yaitu senilai 68,4%. Sementara sisanya 31,6% dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian ini.