

**STRATEGI LABEL HALAL DALAM MENINGKATKAN
PENDAPATAN PELAKU USAHA BINAAN BSI UMKM
CENTER SURABAYA**

SKRIPSI

Oleh:
NAUVI CAMELIYAH
NIM: 08040422152



**UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
SURABAYA**

2025

PERNYATAAN

Saya, Nauvi Cameliyah, 08040422152, menyatakan bahwa:

1. Skripsi saya ini adalah asli dan benar-benar hasil karya saya sendiri, dan bukan hasil karya orang lain yang mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil peniruan atau penjiplakan (*plagiarism*) dari karya orang lain. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik di UIN Sunan Ampel Surabaya, maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Di dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis skripsi ini, serta sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan norma dan peraturan yang berlaku di UIN Sunan Ampel Surabaya.

Surabaya, 24 September 2025

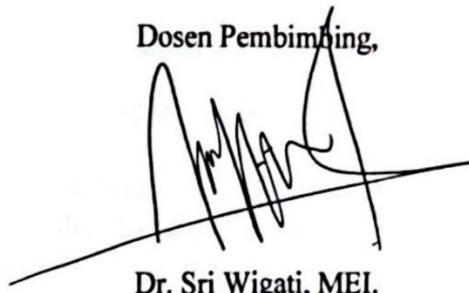


Nauvi Cameliyah
NIM. 08040422152

Surabaya, 30 November 2025

Skripsi telah selesai dan siap untuk diuji

Dosen Pembimbing,

A handwritten signature in black ink, consisting of several loops and a long horizontal stroke extending to the right.

Dr. Sri Wigati, MEI.

LEMBAR PENGESAHAN

STRATEGI LABEL HALAL DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN PELAKU USAHA BINAAN BSI UMKM CENTER SURABAYA

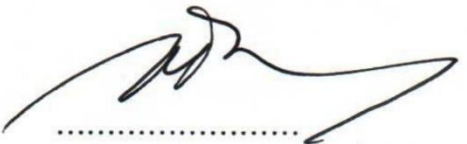
Oleh :
Nauvi Cameliyah
NIM : 08040422152

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 24 Desember 2025
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima

Susunan Dewan Penguji:

1. Dr. Sri Wigati, M.E.I.
NIP. 197302212009122001
(Penguji 1)
2. Dr. Andriani Samsuri, S.Sos., M.M
NIP. 197608022009122002
(Penguji 2)
3. Dimiyati, M.E.I.
NIP. 1977082620050110006
(Penguji 3)
4. Ashari Lintang Yudhanti, M.Ak
NIP. 199411082019032021
(Penguji 4)

Tanda tangan:



Surabaya, 24 Desember 2025

Dekan



Dr. Sirajul Arifin, S.Ag., S.S., M.E.I.

NIP. 197005142000031001 ✓

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Nauvi Cameliyah
NIM : 08040422152
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah
E-mail address : naucmlyh@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

☒ Skripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)
yang berjudul :

Strategi Label Halal dalam Meningkatkan Pendapatan Pelaku Usaha Binaan BSI UMKM
Center Surabaya

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 08 Januari 2026

Penulis



(Nauvi Cameliyah)

ABSTRAK

Strategi label halal menjadi topik yang relevan untuk diteliti, mengingat kebutuhan akan produk atau makanan halal saat ini sangat meningkat. Banyak konsumen yang mencari produk atau makanan halal yang terjamin keamanan dan keasliannya. Penerapan strategi label halal juga dikaitkan dengan peningkatan pendapatan pada UMKM binaan BSI UMKM Center Surabaya, sehingga menjadi hal penting untuk dianalisis.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif, di mana data dalam skripsi ini diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi pada UMKM Nisa Sari Bakery dan Keripik Kulit Ikan Patin Rechista sebagai binaan dari BSI UMKM Center Surabaya. Analisis data dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi label halal pada kedua UMKM diterapkan melalui penampilan informasi pada kemasan, penempatan logo halal yang lebih jelas, serta penyempurnaan desain visual kemasan untuk mempermudah konsumen mengenali status halal produk. Penerapan label halal terbukti memberikan kontribusi positif terhadap pendapatan UMKM, melalui peningkatan permintaan, pembelian ulang, serta kemudahan akses ke pasar yang lebih luas, termasuk retail modern. Pada UMKM Rechista, penggunaan label halal juga membantu menonjolkan diferensiasi produk yang sebelumnya kurang dikenal, sehingga produknya dapat masuk ke minimarket, pasar, maupun toko di luar pulau.

Penelitian ini memberikan rekomendasi kepada pelaku UMKM terkait penerapan strategi label halal pada kemasan yang berdampak pada peningkatan pendapatan usaha. Rekomendasi lain juga diberikan kepada pihak-pihak terkait, seperti lembaga BSI UMKM Center Surabaya untuk meningkatkan efektivitas pembinaan terkait label halal, kepada pemerintah untuk mempermudah proses sertifikasi dan memperoleh label halal, untuk memperkuat ekosistem produk halal di Indonesia.

Kata kunci: label halal, kemasan produk, pendapatan UMKM.

ABSTRACT

The halal labeling strategy is a highly relevant topic for research due to the growing demand for halal products and foods. Consumers increasingly seek halal products that are guaranteed to be safe and authentic. The implementation of halal labeling is also associated with increased revenue for MSMEs assisted by the BSI UMKM Center Surabaya, making it an important subject for analysis.

This study employed a qualitative descriptive method, with data collected through in-depth interviews, observations, and documentation at two MSMEs: Nisa Sari Bakery and Rechista Patin Fish Skin Chips, both assisted by the BSI UMKM Center Surabaya. Data analysis was conducted in three stages: data reduction, data presentation, and conclusion drawing.

The results indicate that the halal labeling strategy at both MSMEs was implemented through clear display of information on packaging, strategic placement of the halal logo, and improvements to the visual design of the packaging, which facilitate consumer recognition of the product's halal status. The application of halal labeling has been shown to positively affect MSME revenue, including through increased demand, repeat purchases, and broader market access, including modern retail channels. At Rechista, the halal label also helped differentiate products that were previously less known, enabling them to enter minimarkets, local markets, and stores outside the island.

This study provides recommendations for MSMEs regarding effective implementation of halal labeling on packaging to enhance business performance. Additional recommendations are offered to relevant institutions, including the BSI UMKM Center Surabaya, to improve the effectiveness of halal label guidance, and to the government to facilitate the halal certification process and strengthen Indonesia's halal product ecosystem.

Keywords: halal label, product packaging, MSME income.

UIN SUNAN AMPEL
SURABAYA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN.....	ii
DECLARATION.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
LEMBAR PENGASAHAAN	v
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I: PENDAHULUAN	1
1. 1 Latar Belakang	1
1. 2 Identifikasi Masalah	6
1. 3 Rumusan Masalah	7
1. 4 Tujuan Penelitian.....	7
1. 5 Manfaat Penelitian.....	7
1. 6 Batasan Penelitian	8
1. 7 Sistematika Penulisan.....	8
BAB II: KAJIAN PUSTAKA	11
2. 1 Teori <i>Labeling dan Packaging</i>	11
Teori <i>Labeling Product</i>	11
Teori <i>Packaging Product</i>	13
2. 2 Teori Strategi Label Halal	15
2. 3 Teori Peningkatan Pendapatan	18
2. 4 Kajian Pustaka	21
2. 5 Kerangka Konseptual	35
BAB III: METODE PENELITIAN.....	39
3. 1 Jenis Penelitian	39
3. 2 Lokasi Penelitian	40

3.3	Jenis dan Sumber Data	41
3.3.1	Jenis Data	41
3.3.2	Sumber Data.....	42
3.4	Teknik Pengumpulan Data	44
3.5	Teknik Analisis Data	47
3.6	Teknik Triangulasi Data.....	49
BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN		51
4.1	Profil UMKM Binaan BSI UMKM Center Surabaya	51
4.2	Hasil Penelitian	55
4.2.1	Penerapan Strategi Label Halal pada Produk UMKM Binaan BSI UMKM Center Surabaya	55
4.2.2	Kontribusi Label Halal terhadap Peningkatan Pendapatan.....	62
4.3	Analisis dan Pembahasan	66
4.3.1	Strategi Label Halal dalam Perspektif Teori <i>Labeling</i> dan <i>Packaging Product</i>	66
4.3.2	Kontribusi Strategi Label Halal terhadap Peningkatan Pendapatan	70
	Sintesis Hasil Analisis	72
BAB V: PENUTUP		75
5.1	Kesimpulan.....	75
5.2	Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA.....		xv

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR TABEL

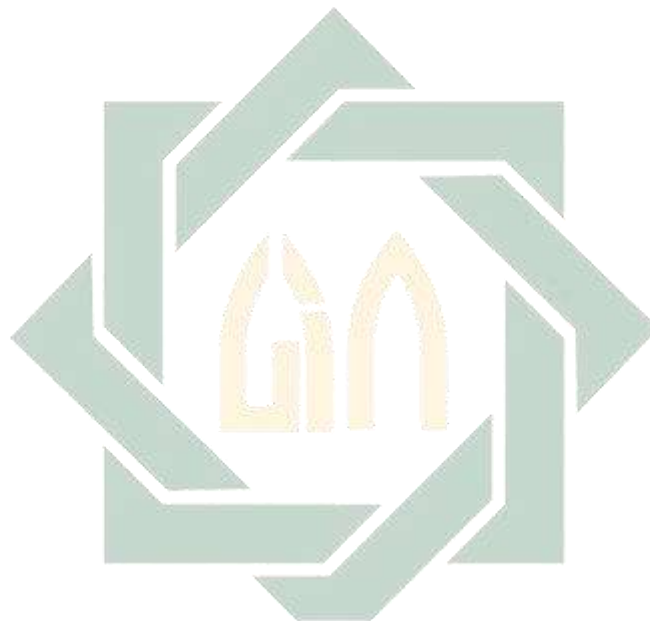
Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu Tentang Strategi Label Halal dan UMKM.....	29
Tabel 4.1 Perkiraan Kenaikan Omzet Nisa Sari Bakery 2020 – 2024.....	63
Tabel 4.2 Perkiraan Kenaikan Omzet Rechizta Tahun 2020 – 2024	66



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Bagan Kerangka Konseptual.....	36
Gambar 4.1 Media Sosial Instagram Nisa Sari Bakery	52
Gambar 4.2 Media Sosial Instagram Rechista	54
Gambar 4.3 Kemasan Awal Produk Nisa Sari Bakery	56
Gambar 4.4 Kemasan Baru Produk Nisa Sari Bakery	57
Gambar 4.5 Kemasan Awal Produk Rechista	59
Gambar 4.6 Kemasan Baru Produk Rechista	60



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

- Anam, K. (2024). *Perkuat Pelaku Usaha Lokal, Bsi Hadirkan Umkm Center di Surabaya*. <https://www.cnbcindonesia.com/news/perkuat-pelaku-usaha-lokal-bsi-hadirkan-umkm-center-di-surabaya>. (diakses pada 5 Agustus 2025)
- Aprilyada, G., Akbar Zidan, M., Adypon Ainunisa, R., & Winarti, W. (2023). Peran Kajian Pustaka dalam Penelitian Tindakan Kelas. *Jurnal Kreativitas Mahasiswa*, 1(2), 2023.
- Aristiawan, Nafiah, P. B., Rahmah, B. S., & Fida, I. A. (2020). *Pengembangan Pemasaran Melalui Teknik Labeling dan Packaging Pada Produk Umkm Desa Ngroto Kismantoro Wonogiri*. 7(2), 175–182.
- Bakhri, S. (2020). Analisis Kepemilikan Sertifikat Halal Terhadap Tingkat Pendapatan Usaha Pelaku Industri Kecil dan Menengah. *Al-Mustashfa: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah*, 5(1), 54. <https://doi.org/10.24235/jm.v5i1.6789>
- Choirunnisa, W. H., Noviyanti, T. A., & Wigati, S. (2024). Analisis Hubungan Antara Laba dan Tujuan Ekonomi Syariah Kontemporer. *Maliyah : Jurnal Hukum Bisnis Islam*, 14(1), 62–87. <https://doi.org/10.15642/maliyah.2024.14.1.62-87>
- Fadhilah, M. R., Munawar, W., & Dewi, A. (2025). Pengaruh Program Sertifikasi Halal Gratis Terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil (Studi Kasus di Sukabumi). *Al-Kaff: Jurnal Sosial Humaniora*, 3(1), 17–25.
- Fadhli, K., Fahimah, M., Rahmawati, I., Bisari, N. A., Juma'izah, R., Saputri, M. K., Qodri, H. F., Ramadhani, M. H., & Koiriyah, S. (2025). Meningkatkan Daya Saing Umkm Melalui Sertifikasi Halal. *Jumat Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(3), 166–173. <https://doi.org/10.32764/abdimasekon.v5i3.5377>
- Firdausi, H. A. T., Hariasih, M., & Sari, D. K. (2024). Brand Image, Harga dan Packaging Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Aqua. *Jurnal E-Bis*, 8(2), 753–764. <https://doi.org/10.37339/e-bis.v8i2.1821>
- Haryono, E. (2021). Metodologi penelitian kualitatif di Perguruan Tinggi Keagamaan Islam. *E-Journal an-Nuur: The Journal of Islamic Studies*, 13, 1–6.
- Hasibuan, P., Azmi, R., Arjuna, D. B., & Rahayu, S. U. (2023). Analisis Pengukuran Temperatur Udara dengan Metode Observasi Analysis of Air Temperature Measurements Using the Observational Method. *Abdimas: Jurnal Garuda Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 8- 15. <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>
- Imawan, Y. S. (2024). *Implementasi Program Go Halal dan Go Digital Pada Umkm Binaan Bsi Umkm Center Yogyakarta*. Table 10, 4–6.

- Indonesia, B. S. (2022). *Produk dan Layanan Bank Syariah Indonesia*. <https://www.bankbsi.co.id/produk&layanan/tipe/individu/parent/produk/bsi-umkm-center>
- Irrubai, M. L. (2015). Strategi Labeling, Packaging dan Marketing Produk Hasil Industri Rumah Tangga di Kelurahan Monjok Kecamatan Selaparang Kota Mataram Nusa Tenggara Barat. *Society*, 6(1), 15- 30. <https://doi.org/10.20414/society.v6i1.1462>
- Kalbarini, R. Y., & Anggraini, R. (2022). Label Halal dan Dampaknya Terhadap Penda patan Usaha Maha Bakery di Kota Pontianak. *Halal Research Journal*, 2(1), 26–35. <https://doi.org/10.12962/j22759970.v2i1.226>
- Klimchuk, M. R., & Krasovec, S. A. (2013). *Successful Product Branding from Concept to Shelf*.
- Kolkman, R., & Blackburn, S. (2014). Memahami Sumber Data Penelitian: Primer, Sekunder, dan Tersier. *Tribal Architecture in Northeast India*, 5(September), 121–125. https://doi.org/10.1163/9789004263925_015
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). Principle of Marketing. In *Early Greek Mythography, Vol. 1: Texts*. <https://doi.org/10.1093/oseo/instance.00295839>
- M, A. A. P., Wigati, S., Akbar, D., & Wicaksana, D. H. (2024). Relevansi dan Tantangan Penerapan Prinsip Ekonomi Syariah dalam Era Ekonomi Digital. *Ma'mal: Jurnal Laboratorium Syariah Dan Hukum*, 5(5), 498- 517. <https://doi.org/10.15642/mal.v5i5.392>
- Maharani, B., Nanda Pratama, E., Nofentri Hulu, L., & Hadits Alfarezi, M. (2024). Pengaruh Packaging Produk Terhadap Peningkatan Penjualan Produk. *Perbankan Dan Manajemen Syariah*, 6(2), 119- 132. <https://doi.org/10.30813/jab.v16>
- Mariam, S., & Fajriati, I. (2024). *Persepsi Label Halal dan Digital Marketing “Nglarisi” dalam Meningkatkan Penjualan di Umk Gandeng-Gendong Yogyakarta*. 08, 63–84. <https://doi.org/10.33507/lab.v4i01>
- Maturbongs, T., Tanihatu, M. M., & Saleky, S. R. J. (2024). Desain Kemasan dan Label Produk Enbal pada UMKM Nen Te Idar Desa Ngilngof, Maluku Tenggara. *Administrasi Terapan*, 3(1), 168–178.
- Millah, A. S., Apriyani, Arobiah, D., Febriani, E. S., & Ramdhani, E. (2023). Analisis Data dalam Penelitian Tindakan Kelas. *Jurnal Budi Pekerti Agama Islam*, 2(3), 145–153. <https://doi.org/10.61132/jbpai.v2i3.310>
- Mursidah, I., & Fartini, A. (2023). Strategi Mengembangkan Gaya Hidup Halal di Banten: Pengembangan Industri Produk Halal dan Kesadaran Bersyariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(01), 893- 904. <https://www.jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/view/7656>

- Neacsu, N. A. (2025). The Role of Packaging in Brand Attachment. *Bulletin of the Transilvania University of Brasov. Series V: Economic Sciences*, 3(2), 19–28. <https://doi.org/10.31926/but.es.2025.18.67.1.2>
- Nugraheni, M. D., Fachrudin, T. L. U., & Fatkurokhman, F. (2024). Sosialisasi strategi pemasaran serta packaging dalam mengoptimalkan Umkm desa Getasan. *Journal of Compacta Community Empowerment*, 1(1), 31- 37. <https://journal.compacta-edutama.org/index.php/Jcce/article/view/7%0Ahttps://journal.compacta-edutama.org/index.php/Jcce/article/download/7/4>
- Piliang, L. H. (2024). Umkm Penggerak Roda Perekonomian Nasional. *Public Administration Journal*, 8(1), 1–8.
- Pratiwi, N. I. (2017). *Penggunaan Media Video Call dalam Teknologi Komunikasi*. 1, 202–224.
- Pratiwi, Y. S., Sanjaya, Y. A., Rahmawati, & Rahma, F. N. (2025). Sosialisasi Strategi Pelabelan, Pemasaran, dan Implementasi Halal Produk Bakery di Umkm Kiazza Cake, Sidoarjo Socialization of Labelling, Marketing Strategy, and Halal Implementation for Bakery Products at Kiazza Cake Sme , Sidoarjo. *Diandra: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1).
- Qomaruddin, H. S. (2024). Kajian Teoritis tentang Teknik Analisis Data dalam Penelitian Kualitatif: Perspektif Spradley, Miles dan Huberman. *Journal of Management, Accounting and Administration*, 1(2), 77–84.
- Rachmawati, I. N. (2007). Pengumpulan Data dalam Penelitian Kualitatif: Wawancara. *Jurnal Keperawatan Indonesia*, 11(1), 35–40.
- Rezi, M., Siregar, E. S., & Alawiyah, R. (2023). Dampak Labelisasi Halal Pada Pendapatan Usaha Barokah Bakery Kota Jambi. *Journal of Student Research*, 1(5), 34–52.
- Rijali, A. (2018). *Analisis Data Kualitatif*. 17(33), 81–95.
- Rismiar, E., & Supriyoso, P. (2024). Peranan Strategi Pemasaran Produk Halal Guna Meningkatkan Kinerja Pemasaran Pt Indo Frozen Sentosa Bogor. *Jurnal Sistem Informasi & Manajemen*, 12(1), 201–211.
- Rofiullah, A. H. (2025). Pengembangan Ekonomi Syariah dalam Perspektif Maqashid Syariah di Era Ekonomi Digital. *Saujana : Jurnal Perbankan Syariah dan Ekonomi Syariah*, 7(2), 24–43.
- Rozjiqin, M. F., & Ridlwan, A. A. (2022). Pengaruh Label Halal, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Starbucks. *Jeba (Journal of Economics and Business Aseanomics)*, 7(1), 060- 077. <https://doi.org/10.33476/jeba.v7i1.2419>

- Safitri, R., Rosyetti, & Rizwan, M. (2024). Analisis Label Halal Terhadap Pendapatan Umkm Kue Bawang di Kecamatan Rengat Kabupaten Indragiri Hulu. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(5), 4316–4324. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>
- Saputra, A. (2020). *Potret Perkembangan Dokumentasi dan Penerapannya Dalam Perpustakaan*.
- Septyarini, E. H., & Sekarsari, L. A. (2024). Analysis of Halal Brand Image, Perceived Quality, and Brand Satisfaction on Wardah Consumer Purchase Intention. *Bima Journal (Business, Management, & Accounting Journal)*, 5(2), 189–206. <https://doi.org/10.37638/bima.5.2.189-206>
- Shinta Nur Haliza, S., & Chobir Sirad, M. (2023). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm) Dalam Perspektif Ekonomi Islam Untuk Meningkatkan Pendapatan Ekonomi Masyarakat (Studi Kasus Perusahaan Geti Ud Primadona Tulungagung). *Jurnal Manajemen Dan Pendidikan Islam*, 3(4), 2503–3506.
- Silmi, M. J. A. (2025). Halal Certification and Labeling As Competitive Advantage: Implications for Profitability of Culinary Msmes. *Eksyda: Jurnal Studi Ekonomi Syariah*.
- Soleh, A., Daniel, P. A., Said, M., & Agustina, K. (2023). Analisis Pengaruh Pendapatan Perkapita dan Inflasi terhadap Pengeluaran Konsumsi Rumah Tangga di Provinsi Jambi. *J- Mas (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 8(2), 1980- 1986. <https://doi.org/10.33087/jmas.v8i2.1489>
- Sukanto, & Musfiqoh, S. (2024). Metodologi Penelitian Ekonomi Syariah. In *Literasi Nusantara*.
- Wahyuni, S., Astuti, D., & Bakhri, B. S. (2020). Pengaruh Label Halal Terhadap Peningkatan Omset Penjualan Produk Makanan Ringan Umkm di Kota Dumai. *Jurnal Bilal: Bisnis Ekonomi Halal*, 1(2), 43–47. <https://doi.org/10.51510/bilal.v1i2.205>
- Wahyurini, S. C., & Trianasari, N. (2020). Analisis Pengaruh Label Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah. *Jurnal Mitra Manajemen*, 4(1), 39- 50. <http://ejournalmitramanajemen.com/index.php/jmm/article/view/578/509>
- Warahmah, M., Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Pendekatan dan Tahapan Penelitian Dalam Kajian Pendidikan Anak Usia Dini. *Jurnal Dzurriat Jurnal Pendidikan Islam Anak Usia Dini*, 1(2), 72–81. <https://doi.org/10.61104/jd.v1i2.32>
- Wati, K., & Basya, M. M. (2024). Penerapan Labelisasi Halal dan Digital Marketing Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen Otak-otak Bandeng Kabupaten

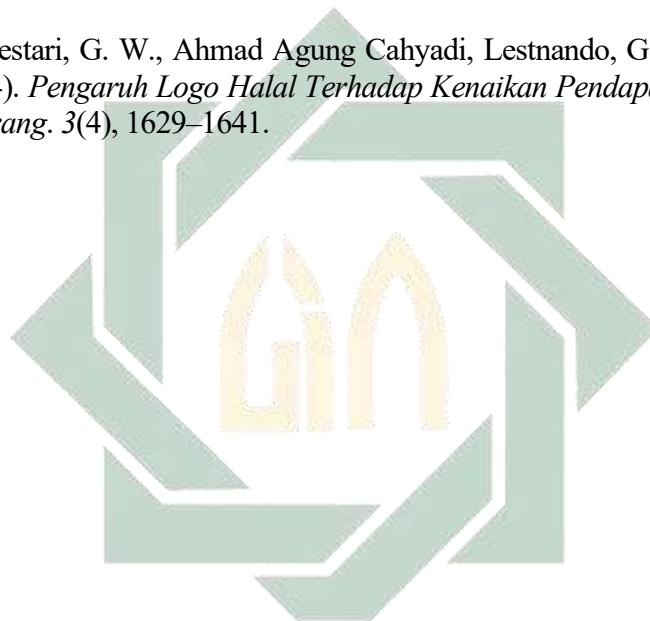
Gresik. *Maisyatuna*, 2(4), 510–520. <https://doi.org/10.53958/mt.v4i3.270>

Wulansasi, N., Yuwono, T., Pangesti, A. R., Sefiani, H. N., & Anggaraksa, W. (2023). Pengaruh Label Halal dan Religiusitas Terhadap Peningkatan Omset Umkm. *Unnesco (Unaic National Conference)*, 1(1), 201–208.

Yuliani, W. (2018). Metode Penelitian Deskriptif Kualitatif dalam Perspektif Bimbingan dan Konseling. *Quanta: Jurnal Kajian Bimbingan Dan Konseling Dalam Pendidikan*, 1(1), 1–10. <https://doi.org/10.22460/q.v1i1p1-10.497>

Zaini, M., Saputra, N., Lawang, K. A., & Susilo, A. (2023). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Issue May).

Zed, E. Z., Lestari, G. W., Ahmad Agung Cahyadi, Lestnando, G. C. B., & Dewi, K. (2024). *Pengaruh Logo Halal Terhadap Kenaikan Pendapatan Pada Umkm di Cikarang*. 3(4), 1629–1641.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A