

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan Berdasarkan hasil penelitian yang didapat, keempat variabel yang digunakan dalam penelitian ini, yakni Literasi Halal, Kualitas Produk, Loyalitas Konsumen, dan Sertifikasi Halal memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Peningkatan Omzet UMKM. Berdasarkan pembahasan dalam dokumen, dapat disimpulkan bahwa literasi halal, kualitas produk, loyalitas konsumen, dan sertifikasi halal memiliki peran penting dalam mendukung keberhasilan UMKM, khususnya dalam meningkatkan omzet di wilayah Banten. UMKM sebagai sektor ekonomi yang signifikan di Indonesia menghadapi tantangan besar, termasuk kurangnya pemahaman terhadap literasi halal, kendala dalam meningkatkan kualitas produk, dan rendahnya tingkat kepemilikan sertifikasi halal. Literasi halal, yang mencakup pemahaman tentang kehalalan produk dan proses sertifikasi, dapat meningkatkan kepercayaan konsumen. Kualitas produk yang baik mampu menciptakan loyalitas konsumen, sementara sertifikasi halal menjadi alat strategis untuk memperluas akses pasar dan mematuhi regulasi. Selain itu, loyalitas konsumen yang terbangun melalui kepuasan atas produk dan layanan menjadi kunci keberlanjutan usaha. Kesimpulannya, sinergi antara literasi halal, kualitas produk, loyalitas konsumen, dan sertifikasi halal merupakan elemen krusial yang harus diperhatikan oleh pelaku UMKM. Dengan mengoptimalkan faktor-faktor tersebut, UMKM diharapkan mampu mengatasi tantangan, meningkatkan daya saing, dan berkontribusi lebih besar terhadap pertumbuhan ekonomi, khususnya di wilayah Banten.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan yang telah diidentifikasi oleh peneliti dalam penelitian ini antara lain:

- a) Penelitian ini masih memungkinkan untuk memasukkan variabel lain yang relevan, mengingat peneliti hanya menggunakan empat variabel independen. Sebanyak 38,6% keputusan pembelian masih dapat dijelaskan oleh variabel lain di luar yang telah digunakan dalam penelitian ini.

- b) Variasi responden dalam penelitian ini belum cukup beragam karena karakteristik responden domisili responden masih didominasi oleh responden dari wilayah Kota Tangerang Selatan dan Kota Tangerang.
- c) Terdapat beberapa variabel yang tidak bertentangan dengan variabel penelitian ini.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat saran yang ingin disampaikan, yaitu:

- a) Bagi Peneliti Selanjutnya

Berdasarkan hasil penelitian ini, disarankan agar penelitian selanjutnya mempertimbangkan penggunaan variabel independen lain. Penelitian ini memperkaya teori pemasaran halal dengan menunjukkan bahwa literasi halal, kualitas produk, loyalitas konsumen, dan sertifikasi halal merupakan variabel strategis yang signifikan dalam meningkatkan omzet UMKM. Studi lanjutan dapat mengeksplorasi pengaruh variabel eksternal, seperti kebijakan pemerintah atau inovasi digital, sebagai faktor moderasi atau mediasi dalam hubungan variabel tersebut.

- b) Bagi Praktisi

Bagi para Pelaku UMKM diharapkan meningkatkan kualitas produk dan memahami pentingnya literasi serta sertifikasi halal untuk membangun kepercayaan dan loyalitas konsumen. Pemerintah dan lembaga terkait perlu menyederhanakan proses sertifikasi halal serta memberikan pelatihan literasi halal guna mendukung daya saing dan keberlanjutan usaha UMKM di pasar global.