

Pengaruh Modal Usaha Non Halal Terhadap Minat Beli Telur Pada Pengusaha Ayam Petelur Di Desa Karang Semanding

Dimas Nur Cahyono¹, Muhammad Syarofi², Syahid³

¹Mahasiswa, Universitas Al-Falah As Sunniyyah, ²Dosen, Universitas Al-Falah As Sunniyyah, ³Mahasiswa,
¹Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Al-Falah As Sunniyyah,
2144290206@inaifas.ac.id, syarofy94@gmail.com,

*Corresponding author: 2144290206@inaifas.ac.id

Diterima Januari 2025

Disetujui April 2025

Dipublikasikan Mei 2025

Abstract

This research aims to examine the influence of non-halal business capital on interest in buying eggs among the community, especially among laying hen entrepreneurs in Karang Semanding Village, Padukuhan Lor. The method used is a quantitative approach with an explanatory design, where data is collected through questionnaires distributed to respondents. The population in this study consisted of 100 egg consumers, and the sample size was determined using the Slovin formula with an error rate of 5%, resulting in 80 respondents selected using simple random sampling. The research results show that non-halal business capital has a significant influence on consumer buying interest, which is reflected in increased business performance and trust in products. The findings of this research lie in emphasizing that the use of non-halal capital is not always a barrier, as long as the products offered meet the quality standards expected by consumers. It is hoped that this research can contribute to the development of the livestock sector and provide guidance for entrepreneurs in making wiser decisions.

Keywords : *non-halal business capital, interest in buying, laying hens.*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh modal usaha non halal terhadap minat beli telur di kalangan masyarakat, khususnya pada pengusaha ayam petelur di Desa Karang Semanding, Padukuhan Lor. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan desain eksplanatori, di mana data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada responden. Populasi dalam penelitian ini terdiri dari 100 konsumen telur, dan ukuran sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 5%, menghasilkan 80 responden yang dipilih secara simple random sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa modal usaha non halal memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen, yang tercermin dari peningkatan kinerja usaha dan kepercayaan terhadap produk. Temuan dari suatu penelitian ini terletak pada penekanan bahwa penggunaan modal non halal tidak selalu menjadi penghalang, asalkan produk yang ditawarkan memenuhi standar kualitas yang diharapkan oleh konsumen. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan sektor peternakan dan memberikan panduan bagi pengusaha dalam pengambilan keputusan yang lebih bijak.

Kata Kunci : Modal Usaha Non Halal, Minat Beli, Ayam Petelur

Pendahuluan

Desa Karang Semanding merupakan salah satu desa yang berada di kecamatan Balung, desa ini sendiri merupakan desa yang lumayan luas dan desa ini ada beberapa padukuan, seperti halnya Padukuan Lor, didesa Karang Semanding Khususnya Padukuan Lor ini ada salah satu seorang pengusa yaitu pengusaha ayam petelur yang saat ini telah berkembang pesat meskipun belum mencabang diwilayah-wilayah lainnya.

Pada zaman saat ini perkembangan ekonomi sangat berkembang pesat, seperti sebuah sektor pertanian dan juga peternakan di Indonesia, khususnya terhadap usaha ayam petelur, semakin menjadi perhatian. Usaha ini tidak hanya berperan sebagai penyedia sumber protein hewani yang penting bagi masyarakat, tetapi juga salah satu pendapatan yang signifikan bagi para peternak. Namun untuk menjalankan usaha ini dengan baik, tentunya yang perlu difikirkan oleh calon pengusa ialah harus benar-benar mematangkan pleningnya dan juga sebuah modal yang cukup. Membahas mengenai modal usaha, modal usaha bisa didapatkan dari berbagai sumber seperti halnya modal usaha halal dan non halal. Modal usaha halal itu sudah tentu sesuai dengan prinsip syariah, sedangkan non halal sudah pasti tidak berprinsipkan syariah seperti berasal dari praktik yang tidak sesuai dengan etika dan norma yang berlaku, salah satunya yang terjadi ialah didesa karang semanding padukuan lor, yang mana ada salah satu pengusa ayam petelur, yang melakukan praktik jual beli barang (obat-obatan/sejenis narkoba) yang sudah jelas dilarang oleh negara dan juga al-qur'an, pengusaha ayam petelur ini awalnya menggunakan modal hasil dari praktir jual beli barang haram, dimana pendapatan yang dibikin modal untuk usaha ayam petelur sudah jelas modal tersebut haram. Pengusaha ini sangat terkenal banyak oleh masyarakat, tidak hanya diwilayah padukuan lor saja melainkan diberbagaiwilayah, pengusah ini terkenal sebab awal usahanya yaitu jual beli obat-obatan atau sejenis narkoba(Juniarti 2022).

Pengguna modal usaha non halal dalam usaha ayam petelur ini dapat menimbulkan berbagai implikasi, baik bagi pengusaha itu sendiri maupun bagi konsumen. Dalam konteks masyarakat yang semakin sadar akan pentingnya etika dalam berbisnis, pengguna modal non halal dapat menciptakan stigma negatif terhadap produk yang dihasilkan. Hal ini berpotensi mempengaruhi minat beli konsumen, yang semakin mengedepankan etika dan berkelanjutan dalam memilih produk. Konsumen saat ini tidak hanya mempertimbangkan kualitas dan harga, tetapi juga mempertimbangkan asal muasal produk dan cara produksi yang digunakan. Oleh karena itu penting untuk memahami bagaimana modal usaha non halal dapat mempengaruhi minat beli telur dikalangan konsumen yang ada, khususnya disekitar desa karang semanding(Febrianto 2019).

Fenomena sosial yang muncul dalam konteks ini adalah meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya etika dalam berbisnis. Konsumen mempertimbangkan asal-usul produk dan cara produksi yang digunakan. Selain itu sebagian masyarakat memiliki perspektif yang beranggapan bahwa hasil dari usahanya itu haram, hal tersebut disebabkan oleh modal yang digunakan oleh si pengusaha merupakan modal yang haram, namun sebagian masyarakat lagi beranggapan hasil dari usaha ayam petelur tersebut halal, sebab sipengusaha sudah tidak menggunakan modal awalnya lagi, melainkan menggunakan modal dari pendapatan penjualan telur ayamnya.

Dari perspektif literatur, sejumlah peneliti telah menunjukkan bahwa persepsi konsumen terhadap sumber modal dapat dipengaruhi keputusan dalam pembelian mereka. Penelitian ini bertujuan untuk memperkaya literatur yang ada dengan fokus khusus pada sektor salah satu usaha ayam petelur yang bertempat didesa karang semanding padukuan

lor, serta untuk mengkaji lebih dalam lagi, bagaimana modal usaha non halal dapat mempengaruhi minat beli telur dikalangan masyarakat(Rawinatha and Farkhan 2022).

Dengan latar belakang tersebut, peneliti ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang berarti bagi pengembangan sektor peternakan, serta memberikan paduan bagi konsumen dalam memilih produk yang sesuai dengan nilai-nilai mereka. Selain itu, penelitian ini juga berupaya untuk memberikan rekomendasi bagi para pengusaha ayam petelur dalam mengelola sumber modal mereka. Dengan memahami dampak dari penggunaan modal non halal, diharapkan pengusaha dapat lebih bijak lagi dalam pengambilan keputusan dan strategi pemasaran mereka. Hal ini penting untuk menciptakan produk yang tidak hanya berkualitas, tetapi juga dapat diterima secara etik oleh masyarakat.

Kajian teori dalam penelitian ini mencakup konsep-konsep terkait modal usaha non halal dan minat beli sebagai dasar untuk memahami hubungan antara variabel-variabel tersebut. Modal Usaha Non Halal, menurut Antonio (2001) menyatakan bahwa modal non halal meliputi dana yang diperoleh dari praktik riba, perjudian dan transaksi yang berkaitan dengan barang haram. Ini menunjukkan bahwa sumber modal ini tidak hanya terbaas pada satu jenis kegiatan, tetapi mencakup berbagai aktivitas yang bertentangan dengan prinsip syariah(Ayu 2021). Sedangkan Ghafar (2010) menjelaskan bahwa meskipun dana atau modal non halal dapat digunakan untuk kegiatan ekonomi, ada risiko yang terkait dengan reputasi dan berkelanjutan usaha. Keterlibatan dalam kegiatan yang tidak halal dapat mengurangi kepercayaan masyarakat dan berdampak negatif pada citra perusahaan(Safitri and Setiaji 2018).

Minat beli, menurut Morissan (2014) mengatakan bahwa minat beli merupakan tahanan dari keputusan konsumen, dimana suatu titik proses pembelian. Konsumen telah melewati evaluasi sehingga memiliki minat dan keinginan untuk membeli suatu produk(Halim and Iskandar 2019). Menurut Kotler dan Keller (2016) mendefinisikan minat beli sebagai keinginan dan kesiapan konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk atau layanan. Ini menunjukkan bahwa minat beli bukan hanya sekedar keinginan saja melainkan juga melibatkan aspek psikologis dan kesiapan finansial(Sari 2020).

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan tujuan untuk menguji pengaruh modal usaha non-halal terhadap minat beli pada pengusaha ayam petelur di Desa Karang Semanding, khususnya di Padukuhan Lor. Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian ini berfokus pada pengumpulan data berbentuk angka yang kemudian dianalisis secara statistik untuk melihat hubungan antar variabel. Jenis penelitian yang digunakan adalah eksplanatori, yang bertujuan untuk menjelaskan hubungan sebab-akibat antara variabel independen (modal usaha non-halal) dan variabel dependen (minat beli telur). Penelitian ini akan menguji sejauh mana pengaruh modal usaha non-halal terhadap minat beli pada pengusaha ayam petelur di Desa Karang Semanding.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen telur yang berada di Padukuhan Lor, Desa Karang Semanding, yang berjumlah 100 orang. Dalam menentukan jumlah sampel yang tepat, digunakan rumus **Slovin** untuk penelitian deskriptif dengan tingkat kesalahan 5%. Berdasarkan rumus Slovin:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Dengan keterangan:

n adalah ukuran sampel

N adalah ukuran populasi (100 orang)

e adalah tingkat kesalahan (5% atau 0,05)

Maka, perhitungannya sebagai berikut:

$$n = \frac{100}{1 + 100(0,05)^2}$$

$$n = \frac{100}{1 + 100(0,0025)} = \frac{100}{1 + 0,25} + \frac{100}{1,25} = 80$$

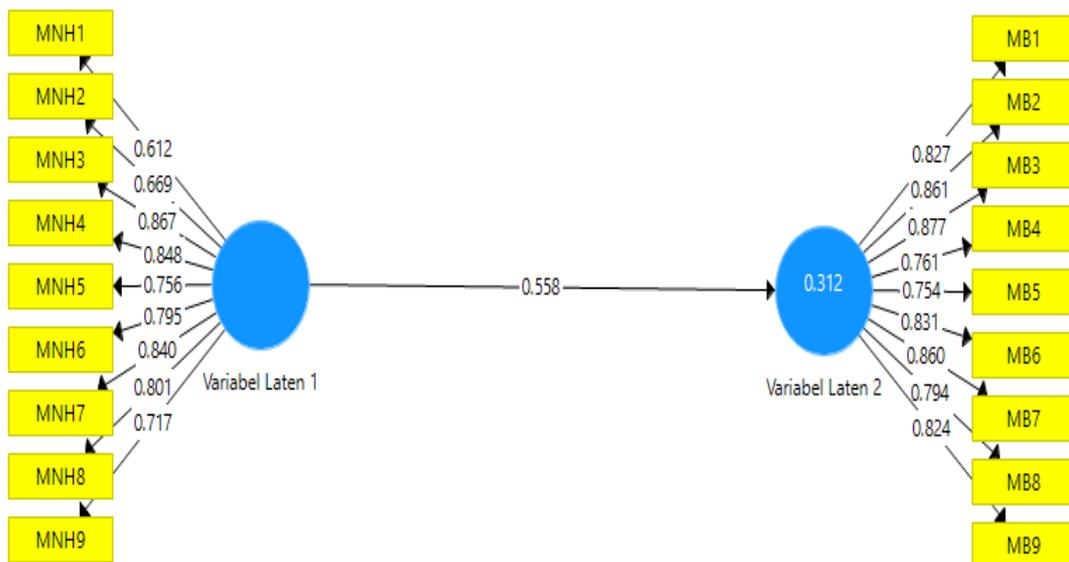
Dari perhitungan tersebut, ukuran sampel yang diperlukan dalam penelitian ini adalah 80 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah simple random sampling, di mana setiap konsumen di Padukuhan Lor memiliki peluang yang sama untuk dipilih sebagai responden.

Hasil Dan Pembahasan

Hasil

1. Pengujian Outer Model

Data yang telah terkumpul dari jawaban responden pada kuesioner penelitian kemudian dilakukan analisis *Partial Least Squares* (PLS) yang merupakan model *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan perangkat lunak SmartPLS versi 3.0. Berikut *outer model* tampak pada gambar berikut:



Gambar 1. Outer Model Sumber: Data primer yang diolah, 2024

a. Pengujian Validitas Konvergen (*Convergent Validity*)

Uji validitas konvergen dilakukan dengan menggunakan SmartPLS Versi 3.0 dan dievaluasi berdasarkan nilai loading factor atau nilai AVE (*Average Variance Extract*) dari setiap indikator. Suatu indikator dapat dianggap memenuhi validitas konvergen dan memiliki tingkat validitas yang tinggi ketika nilai outer loadings > 0,70. Validitas konstruk juga dievaluasi melalui nilai AVE > 0,50 dinyatakan valid.

Tabel 2. Uji validitas konvergen

| Variabel | Indikator | Outer Loading | Keterangan | Nilai Ave | Keterangan |
|-----------------------|-----------|---------------|------------|-----------|------------|
| Modal Usaha Non Halal | X.1 | 0,612 | Non Valid | 0,595 | Valid |
| | X.2 | 0,669 | Non Valid | | |
| | X.3 | 0,867 | Valid | | |
| | X.4 | 0,848 | Valid | | |
| | X.5 | 0,756 | Valid | | |
| | X.6 | 0,795 | Valid | | |
| | X.7 | 0,840 | Valid | | |
| | X.8 | 0,801 | Valid | | |
| | X.9 | 0,717 | Valid | | |
| Minat Beli | Y.1 | 0,827 | Valid | 0,676 | Valid |
| | Y.2 | 0,861 | Valid | | |
| | Y.3 | 0,877 | Valid | | |
| | Y.4 | 0,761 | Valid | | |
| | Y.5 | 0,754 | Valid | | |
| | Y.6 | 0,831 | Valid | | |
| | Y.7 | 0,860 | Valid | | |
| | Y.8 | 0,794 | Valid | | |
| | Y.9 | 0,824 | Valid | | |

Sumber: Data primer yang diolah, 2024

Berdasarkan tabel 4.2. tersebut menunjukkan bahwa semua indikator memiliki nilai *outer loadings* > 0,70 dan nilai AVE > 0,50 sehingga memenuhi kriteria valid yang menandakan bahwa validitas konvergen dari semua variabel tersebut memenuhi standar baik. Secara keseluruhan semua item pengukuran tersebut valid mencerminkan pengukuran variabel dalam penelitian ini.

b. Pengujian Validitas Diskriminan (*Discriminant Validity*)

Uji validitas diskriminan dilakukan dengan menggunakan SmartPLS Versi 3.0 dan dievaluasi berdasarkan nilai *Fornell-Larcker* kriteria dengan membandingkan antara akar AVE (nilai diagonal) > nilai korelasi antar konstruk. Kedua, dengan melihat nilai *cross loadings* dari indikator konstruk yang dianggap memadai jika minimal mencapai 0,7 atau melihat nilai *cross loadings* dari setiap indikator pada konstraknya dan membandingkannya dengan loading indikator pada konstruk lain. Indikator harus memiliki loading yang lebih tinggi pada konstruk yang dimaksud dibandingkan dengan konstruk lain untuk memenuhi kriteria validitas diskriminan. Hasil uji validitas diskriminan sebagaimana tabel berikut:

Tabel 1. Uji Validitas Diskriminan Nilai Fornell-Larcker

| Variabel | Modal Usaha Non Halal | Minat Beli |
|-----------------------|-----------------------|------------|
| Modal Usaha Non Halal | 0,772 | |
| Minat Beli | 0,558 | 0,822 |

Sumber: Data primer yang diolah, 2024

Berdasarkan tabel 1 menunjukkan bahwa semua nilai *Fornell-Larcker* setiap indikator memiliki nilai lebih besar dari nilai konstruk lain (korelasi) sehingga memenuhi kriteria validitas diskriminan. Hal ini menunjukkan bahwa item pengukuran masing-masing variabel fokus mengukur variabel tersebut dan rendah mengukur variabel lainnya.

Tabel 2. Uji Validitas Diskriminan Nilai Cross Loadings

| Variabel | Idikator | Modal Usaha Non Halal | Minat Beli |
|-----------------------|----------|-----------------------|------------|
| Modal Usaha Non Halal | X.1 | 0,612 | 0,196 |
| | X.2 | 0,669 | 0,242 |
| | X.3 | 0,867 | 0,454 |
| | X.4 | 0,848 | 0,424 |
| | X.5 | 0,756 | 0,385 |
| | X.6 | 0,795 | 0,413 |
| | X.7 | 0,840 | 0,389 |
| | X.8 | 0,801 | 0,387 |
| | X.9 | 0,717 | 0,665 |
| Minat Beli | Y.1 | 0,520 | 0,827 |
| | Y.2 | 0,439 | 0,861 |
| | Y.3 | 0,473 | 0,877 |
| | Y.4 | 0,509 | 0,761 |
| | Y.5 | 0,461 | 0,754 |
| | Y.6 | 0,424 | 0,831 |
| | Y.7 | 0,461 | 0,860 |
| | Y.8 | 0,405 | 0,794 |
| | Y.9 | 0,399 | 0,824 |

Sumber: Data primer yang diolah, 2024

Berdasarkan tabel 2 tersebut menunjukkan bahwa semua indikator yang bertanda merah memiliki nilai *cross loadings* > 0,70 dan nilainya lebih tinggi dari nilai konstruk lain (korelasi) sehingga memenuhi kriteria validitas diskriminan. Hal ini menunjukkan bahwa item pengukuran masing-masing variabel fokus mengukur variabel tersebut dan rendah mengukur variabel lainnya.

c. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas mengukur sejauh mana pengukuran yang konsisten dan dapat dipercaya, menghasilkan data yang seragam dalam pengukuran yang sama. Untuk menguji reliabilitas dapat dilihat dari nilai *Cronbach's alpha*, *Composite reliability* (ρ_a) dan *Composite reliability* (ρ_c) semua nilai harus > 0,70 dianggap konsisten atau reliable (Ghozali dan Kusumadewi, 2023).

Tabel 3. Uji Reliabilitas

| Variable | Cronbach's Alpha | Reliabilitas Komposit | Nilai AVE | Keterangan |
|-----------------------|------------------|-----------------------|-----------|------------|
| Modal Usaha Non Halal | 0,917 | 0,945 | 0,595 | Reliable |
| Minat Beli | 0,940 | 0,942 | 0,676 | Reliable |

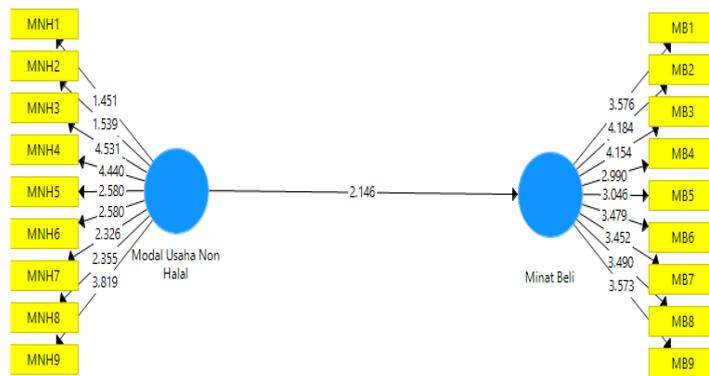
Sumber: Data primer yang diolah, 2024

Berdasarkan table 3 menunjukkan bahwa semua indikator memiliki nilai *Cronbach's alpha*, dan *Composite reliability (rho_c)* > 0,70 sehingga memiliki kriteria konsisten. Hal ini menggambarkan tingkat konsistensi atau kredibilitas instrumen penelitian dalam mengukur konstruk sangat baik.

2. Pengujian Inner Model

Data yang telah terkumpul dari jawaban responden pada kuesioner penelitian kemudian dilakukan analisis *Partial Least Squares (PLS)* yang merupakan model *Structural Equation Modeling (SEM)* dengan perangkat lunak SmartPLS versi 3.0. Berikut inner model tampak pada gambar berikut:

Gambar 2. Inner Model



Sumber: Data primer yang diolah, 2024

a. Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) menunjukkan seberapa besar variasi dari variabel dependen dapat dijelaskan oleh semua variabel independen. Secara umum, untuk menggambarkan kekuatan model berdasarkan nilai R² (R-square) sebesar 0,75 dianggap kuat, 0,50 dianggap sedang, dan 0,25 dianggap lemah. Oleh karena itu, semakin tinggi nilai R² (R-square), semakin baik prediksi model tersebut dan semakin baik pula model penelitian yang diajukan. Berikut hasil nilai R² (R-square) yang diperoleh dalam penelitian ini:

Tabel 4 Uji Koefisien determinasi (R²)

| Variabel | R Square | Adjusted R Square | Keterangan |
|------------|----------|-------------------|------------|
| Minat Beli | 0,312 | 0,303 | Lemah |

Sumber: Data primer yang diolah, 2024

Berdasarkan Tabel 4 menunjukkan bahwa nilai R-square variabel Minat Beli sebesar 0,312 dalam kriteria kuat, yang menandakan sebesar 31,2% Minat Beli mampu

dijelaskan oleh Modal Usaha Non Halal, Sedangkan sisanya sebesar 68,8% dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian ini.

b. *Goodness of Fit* (GoF)

Pengujian *Goodness of Fit* (GoF) merupakan pengujian untuk menunjukkan seberapa besar tingkat kelayakan dan ketepatan suatu model secara keseluruhan yang berfungsi untuk memvalidasi performa gabungan antara model pengukuran (*outer model*) dan model struktural (*inner model*) yang nilainya terbentang antara 0-1. Nilai GoF diperoleh dari penghitungan akar rata-rata nilai AVE dikalikan dengan nilai akar rata-rata nilai R-Square (R^2). Yang terakhir adalah dengan mencari nilai *Goodness of Fit* (GoF). Nilai GoF pada PLS harus dicari secara manual dengan rumus berikut. $\sqrt{\text{GoF}} = \sqrt{(\text{AVE} \times R^2)}$, nilai GoF small = 0,1, GoF medium = 0,25 dan GoF big = 0,38 (Nurhidayat, Muin, and Hamdani 2023).

Tabel 5. Uji *Goodness of Fit*

| Variable | Nilai AVE | Adjusted R Square |
|-------------------------|-----------|-------------------|
| Modal Usaha Non Halal | 0,556 | |
| Minat Beli | 0,519 | 0,303 |
| Nilai Mean | 0,635 | 0,303 |
| Nilai Mean AVE*R Square | | 0,192 |

Sumber: Data primer yang diolah, 2024

$$\text{Nilai } \textit{Goodness of Fit} = \sqrt{0,192}$$

$$\text{Nilai GoF} = 0,438$$

Berdasarkan tabel 5 mendapatkan hasil perhitungan nilai GoF sebesar 0,438 sehingga masuk pada kriteria nilai GoF besar. Hal ini menggambarkan tingkat kelayakan dan ketepatan model dalam penelitian ini memiliki kemampuan tinggi dalam menjelaskan data empiris.

c. Ukuran Pengaruh F^2 (*Effect Size*)

Ukuran efek F^2 (*effect size*) berguna untuk memahami dampak variabel dependen pada variabel independent, setiap variabel terhubung dengan ukuran efek yang berbeda. Cukup jika nilai f^2 (f-square) > 0 , dan jika $f^2 < 0$ menunjukkan bahwa variabel tersebut memiliki ukuran efek yang tidak mencukupi. Nilai f^2 sebesar 0,02, 0,15, dan 0,35 mengindikasikan bahwa prediktor variabel laten saat diinterpretasikan, memiliki efek kecil, sedang dan besar pada tingkat struktural (Ghozali, Kamri, and Khafid 2022). Berikut hasil nilai F-square diperoleh dalam penelitian ini:

Tabel 6 Uji F^2 (*effect size*)

| Variable | Minat Beli | Keterangan |
|-----------------------|------------|------------|
| Modal Usaha Non Halal | 0,453 | Besar |

Sumber: Data primer yang diolah, 2024

Berdasarkan tabel 6 menunjukkan bahwa nilai f-square variabel menunjukkan bahwa nilai variabel Karakteristik UMKM memiliki ukuran efek yang tidak mencukupi atau nilai f^2 sebesar $< 0,02$ mengindikasikan bahwa prediktor variabel laten saat diinterpretasikan memiliki efek kecil, sedangkan nilai Peningkatan Modal Usaha UMKM memiliki ukuran efek yang mencukupi atau nilai f^2 sebesar $> 0,35$ mengindikasikan bahwa prediktor variabel laten saat diinterpretasikan memiliki efek besar.

- d. *Q-Square Predictive Relevance* (Q^2)
Q-Square predictive relevance (Q^2) merupakan uji yang dilakukan untuk menunjukkan seberapa baik nilai yang dihasilkan sebagai validasi kemampuan prediksi model. Nilai tersebut menggambarkan ukuran akurasi prediksi dengan menggunakan prosedur *blindfolding* dengan melihat pada nilai *Q-square* (Q^2). Nilai Q^2 lebih besar dari 0 atau mendekati nilai 1 artinya model prediksi memiliki prediksi yang relevan (Ghozali, Kamri, and Khafid 2022). Nilai $Q^2 > 0$ menunjukkan model memiliki relevansi prediktif, sebaliknya jika nilai $Q^2 \leq 0$ menunjukkan model kurang memiliki relevansi prediktif.

Tabel 7 Uji *Q-Square Predictive Relevance* (Q^2)

| Variable | SSE | $Q^2 (=1 - SSE/SSO)$ |
|--------------------------------------|---------|----------------------|
| Penggunaan Teknologi Mesin Pertanian | 774,000 | |
| Pengurangan Tenaga Kerja Tani | 661,249 | 0,146 |

Sumber: Data primer yang diolah, 2024

Berdasarkan tabel 7 menunjukkan bahwa nilai *Q-Square* (Q^2) variabel Karakteristik UMKM sebesar 0,146, dimana nilai *Q-Square* (Q^2) > 0 yang menandakan model dalam penelitian ini memiliki relevansi prediktif.

- e. Uji Hipotesis
Pengujian hipotesis pengaruh langsung dievaluasi dengan melihat nilai sampel asli dan t-statistik untuk pengaruh langsung. Uji dilakukan dengan prosedur *bootstrapping* pada SmartPLS 3.0. Signifikansi dianggap tercapai jika nilai t-statistik $> 1,660$ dan p-value $< 0,05$.

Tabel 8 Uji Hipotesis Pengaruh Langsung (*Direct Effect*)

| Variabel | Sampel Asli(O) | Standar Deviasi | T statistik | P Values | Keterangan |
|-------------------------------------|----------------|-----------------|-------------|----------|------------|
| Modal Usaha Non Halal -> Minat Beli | 0,558 | 0,262 | 2,134 | 0,033 | Diterima |

Sumber: Data primer yang diolah, 2024

Berdasarkan tabel 8 menunjukkan nilai-nilai yang dihasilkan dalam uji pengaruh langsung yang dapat dideskripsikan sebagai berikut:

H1: Modal Usaha Non Halal terhadap Pengurangan Minat Beli, memiliki nilai koefisien (*original sample*) sebesar 0,558 (bernilai positif), nilai t-statistik sebesar 2,134 ($> 1,660$), dan nilai p-value sebesar 0,033 ($< 0,05$). Hal tersebut menandakan variabel Penggunaan Teknologi Mesin Pertanian terhadap Pengurangan (H1= Diterima).

Pembahasan

Modal Usaha Non Halal Terhadap Minat Beli

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis 1, ditemukan bahwa modal usaha non-halal memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli. Hasil analisis menunjukkan nilai koefisien sebesar 0,558, yang berarti terdapat pengaruh positif antara variabel modal usaha non-halal dengan minat beli. Nilai T-Statistik sebesar 2,134 mengindikasikan bahwa pengaruh tersebut signifikan secara statistik karena nilainya lebih besar dari batas kritis T-Statistik sebesar 1,660. Selain itu, nilai p-value sebesar 0,033 juga memperkuat hasil tersebut, karena lebih kecil dari tingkat signifikansi yang ditentukan ($\alpha = 0,05$). Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan bahwa modal usaha non-halal berpengaruh positif terhadap minat beli dapat diterima.

Sejalan dengan hasil penelitian Dimas (2024), menyatakan bahwa variabel X (Modal Usaha Non halal) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Y (Minat Beli). Menurut penelitian yang lain diantaranya ialah Vinsen Laia (2023) pada penelitiannya pengaruh modal usaha terhadap kinerja pelaku usaha, menunjukkan bahwa modal usaha memiliki pengaruh positif terhadap kinerja pelaku usaha, yang pada akhirnya akan mengimplikasikan terhadap suatu keputusan minat beli yang akan dilakukan oleh konsumen. (Laia 2023) Penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian M. Qurri Ain Thohari (2018) yang menunjukkan bahwa modal usaha dan pengetahuan kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM. Dalam penelitiannya, Qurri menyatakan bahwa modal yang memadai memungkinkan pelaku usaha untuk meningkatkan produktivitas, inovasi, dan kualitas produk, yang pada akhirnya dapat meningkatkan daya tarik konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan modal non-halal, jika dikelola dengan bijak, dapat menciptakan nilai tambah yang signifikan bagi konsumen. (Thohari n.d.)

Selain itu, penelitian oleh Fajar Ismail (2022) juga menunjukkan bahwa modal usaha memiliki korelasi yang erat dengan kemampuan pelaku usaha dalam memenuhi preferensi konsumen. Dalam penelitiannya, menyatakan bahwa ketika pelaku usaha memiliki sumber daya yang cukup, mereka cenderung lebih mampu memahami dan menyesuaikan produk dengan kebutuhan pasar. Ini berimplikasi pada peningkatan minat beli konsumen, karena produk yang ditawarkan dianggap relevan dan sesuai dengan harapan mereka. (Fajar 2022) Dengan menggabungkan teori-teori dan penelitian sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa modal usaha, termasuk yang bersumber dari non-halal, memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli konsumen. Pengaruh ini terjadi melalui peningkatan kinerja usaha, kepercayaan terhadap merek, kemampuan menyesuaikan kebutuhan pasar, dan penciptaan nilai tambah bagi konsumen.

Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa modal usaha non halal memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli telur di kalangan konsumen, khususnya pada pengusaha ayam petelur di Desa Karang Semanding. Hasil analisis menunjukkan bahwa meskipun sumber modal berasal dari praktik yang tidak sesuai dengan norma yang berlaku, hal ini tidak menghalangi minat beli konsumen asalkan produk yang ditawarkan memenuhi standar kualitas yang diharapkan. Pengaruh positif ini tercermin dalam peningkatan kinerja usaha, kepercayaan konsumen terhadap merek, serta kemampuan pengusaha untuk menyesuaikan produk dengan kebutuhan pasar.

Selain itu, fenomena sosial yang muncul menunjukkan bahwa masyarakat semakin sadar akan pentingnya etika dalam berbisnis, yang berimplikasi pada cara mereka memilih produk. Oleh karena itu, penting bagi pengusaha untuk tidak hanya fokus pada aspek finansial, tetapi juga mempertimbangkan dampak sosial dari praktik bisnis mereka. Penelitian ini memberikan gambaran bahwa meskipun ada stigma negatif terkait modal non halal, pengelolaan yang bijak dan peningkatan kualitas produk dapat membantu mengatasi tantangan tersebut dan meningkatkan daya tarik produk di mata konsumen.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, disarankan agar pengusaha ayam petelur lebih bijak dalam memilih sumber modal dan mempertimbangkan dampak etis dari penggunaan modal non halal. Selain itu, pengusaha disarankan untuk meningkatkan kualitas produk dan pelayanan agar dapat memenuhi harapan konsumen. Penelitian lebih lanjut juga disarankan untuk mengeksplorasi faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi minat beli, seperti pemasaran dan persepsi risiko konsumen.

Implikasi

Implikasi dari penelitian ini menunjukkan bahwa pengusaha perlu memahami bahwa sumber modal, termasuk yang bersumber dari non halal, dapat mempengaruhi keputusan konsumen. Oleh karena itu, penting bagi pengusaha untuk mengelola sumber modal mereka dengan bijak dan memastikan bahwa produk yang ditawarkan tidak hanya berkualitas, tetapi juga dapat diterima secara etis oleh masyarakat. Penelitian ini juga memberikan wawasan bagi pembuat kebijakan dalam merumuskan regulasi yang mendukung pengembangan sektor peternakan yang berkelanjutan dan etis.

Daftar Pustaka

- Ayu, Sri. 2021. “Konsep Dana Non Halal Pada Perbankan Syariah Dalam Pembiayaan Qardhul Hasan Perbandingan Fatwa DSN–MUI No: 123/DSN-MUI/XI/2018 Dengan Pemikiran Syekh Muhammad Yusuf Qardhawi.”
- Fajar, Ismail. 2022. “Pengaruh Modal Usaha, Lama Usaha, Dan Sikap Kewirausahaan Islam Terhadap Pendapatan UMKM Di Kabupaten Tegal (Studi Kasus Pada UMKM Di Kabupaten Tegal).” : 3.
- Febrianto, Nanang. 2019. “Analisis Efisiensi Ekonomi Usaha Ternak Ayam Petelur Di Kabupaten Malang: Pendekatan Stochastic Frontier Analysis (Sfa).” *Universitas Brawijaya*.
- Ghozali, Mohammad, Norazzah Binti Kamri, and M Ali Zi Khafid. 2022. “The Merger of Indonesian Islamic Banks: Impact on the Islamic Economy Development.” *Al-Iktisab: Journal of Islamic Economic Law* 6(1): 23.
- Halim, Nico Rifanto, and Donant Alananto Iskandar. 2019. “Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Persaingan Terhadap Minat Beli.” *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT* 4(3): 415–24.
- Juniarti, Atika. 2022. “Analisis Strategi Pemasaran Telur Ayam Petelur (Studi Kasus Pada Peternakan Ibu Sukinem Desa Sumpersawit Kecamatan Sidorejo Kabupaten Magetan).”
- Laia, Vinsen. 2023. “Pengaruh Modal Usaha Terhadap Kinerja Pelaku Usaha Di Kecamatan Ulunoyo.” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Nias Selatan* 6(2): 242–56.
- Nurhidayat, Nurhidayat, Fathul Muin, and Ibnu Mansyur Hamdani. 2023. “Pengaruh Kemampuan Operasi Hitung Matematika, Kemampuan Berpikir Divergen Dan Kecerdasan Linguistik Siswa Terhadap Hasil Belajar Matematika.” *Kognitif: Jurnal*

Riset HOTS Pendidikan Matematika 3(2): 115–28.

Rawinatha, Prayoga Pangestu E K A, And Farkhan Farkhan. 2022. “Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Perilaku Pengusaha Kelompok Peternak Ayam Petelur (Studi Kasus Di Desa Tanggan Kecamatan Gesi Kabupaten Sragen).”

Safitri, Haniyah, and Khasan Setiaji. 2018. “Pengaruh Modal Usaha Dan Karakteristik Wirausaha Terhadap Perkembangan Usaha Mikro Dan Kecil Di Desa Kedungleper Kecamatan Bangsri Kabupaten Jepara.” *Economic Education Analysis Journal* 7(2): 792–800.

Sari, Saidah Putri. 2020. “Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen.” *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi* 8(1): 147.

Thohari, M Qurri A I N. “Pengaruh Modal Usaha, Pengetahuan Kewirausahaan, Dan Religiusitas Terhadap Kinerja Umkm Kecamatan Margoyoso.”