

Implementation of Strengthening The Digital Economic Platform on Halal SMEs

Novi Primita Sari

Universitas Muhammadiyah Malang, Indonesia

Email: noviprimita@umm.ac.id

Citation: Sari, N.P. (2023). Implementation of Strengthening The Digital Economic Platform on Halal SMEs. *JURNAL EKONOMI, MANAJEMEN, BISNIS, DAN SOSIAL (EMBISS)*, 3(4), 507–515.

<https://embiss.com/index.php/embiss/article/view/259>

DOI: <https://doi.org/10.59889/embiss.v3i4.259>

Publisher's Note: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Sosial (EMBISS) stays neutral with regard to jurisdictional claims in published maps and institutional affiliations.



Copyright: © 2023 by the authors. Licensee Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Sosial (EMBISS), Magetan, Indonesia. This article is an open-access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution-Non-Commercial-ShareAlike 4.0 International License.

(<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>)

Abstract.

With a large Muslim community in Malang City and the influx of digital technology which increased quite a lot during the Covid-19 pandemic, this research wants to describe and analyze how the existence of digital platforms supports the micro and small business sector in Malang City. The type of research carried out is descriptive quantitative research that uses literature studies and also primary data obtained from the questionnaire results for later testing and analysis. Based on the results of data processing using the smart PLS 3 application, it can be seen that of the 3 latent variables used, only 2 variables influence variable Y, namely variable X1 which is represented by Perceived Usefulness, and variable X3, namely Perceived Ease To Use on Y, namely the total transaction that obtained by MSMEs while using digital economic tools as indicators

Keywords: *Halal Industry; Digital Economy; Food and Beverages; TAM Models.*

Abstrak.

Dengan komunitas muslim yang besar di Kota Malang dan masuknya teknologi digital yang meningkat cukup banyak di masa pandemi Covid-19, penelitian ini ingin mendeskripsikan dan menganalisis bagaimana keberadaan platform digital mendukung sektor usaha mikro dan kecil di Kota Malang. Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian deskriptif kuantitatif yang menggunakan studi literatur dan juga data primer yang diperoleh dari hasil kuesioner untuk kemudian dilakukan pengujian dan analisis. Berdasarkan hasil pengolahan data dengan menggunakan aplikasi smart PLS 3 terlihat bahwa dari 3 variabel laten yang digunakan, hanya 2 variabel yang berpengaruh terhadap variabel Y yaitu variabel X1 yang diwakili oleh Perceived Usefulness dan variabel X3 yaitu Perceived Ease To Use pada Y yaitu total transaksi yang diperoleh UMKM selama menggunakan alat ekonomi digital sebagai indikator

Kata Kunci : *Industri Halal; Ekonomi Digital; Makanan Dan Minuman; Model TAM.*

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara muslim terbesar di dunia dari globalreligiousfutures report tahun 2018 (Kusnandar, 2019). Tentu saja fakta ini menunjukkan bahwa ada standar untuk setiap aktivitas di semua bidang kehidupan masyarakat, terutama dalam hal ekonomi. Masyarakat muslim tentunya menginginkan segala produk yang dikonsumsi dan barang atau jasa yang didapatkan adalah sesuatu yang halal. Melalui beberapa agenda KNKS, merumuskan beberapa strategi dan memetakan beberapa hal yaitu mengenai integrasi kawasan industri halal, sistem transportasi halal, sistem gudang halal dan pelabuhan halal (Aliasar, n.d.) sesuai KNKS dengan memetakan potensi kawasan tersebut dan berkolaborasi dengan pelaku industri dunia dan lembaga sertifikasi Halal di Indonesia dan dunia akan semakin mempercepat perkembangan dan pertumbuhan industri halal di Indonesia bahkan dunia yang akan memberikan kemudahan bagi warga negara manapun yang beragama Islam dalam melakukan perjalanan bisnis atau wisata bahkan ke negara non-muslim agar tetap mendapatkan perlindungan halal dari segala aspek. diperoleh selama perjalanan.

Populasi umat Islam telah mencapai 1,6 miliar di dunia dari 7 miliar penduduk dunia (Adinugraha & Sartika, 2019) yang terbesar adalah Indonesia dan tersebar di 56 negara mayoritas Muslim dengan tingkat PDB hingga 6,7 triliun dolar (Adinugraha & Sartika, 2019). Indonesia yang merupakan negara mayoritas terbesar di dunia juga mempengaruhi gaya hidup masyarakatnya, terutama dalam hal makanan dan gaya hidup. Dari segi makanan dan gaya hidup, tentunya Anda bisa melihat potensi industri makanan halal di Indonesia dan juga industri manufaktur lainnya mulai dari hilir hingga hulu, semua proses yang dilakukan berstandar halal menurut Islam. Hampir satu tahun setelah pandemi Covid-19 terus merajalela dan menggerogoti ekonomi global. Banyak kesulitan yang muncul karena hal tersebut, terutama di bidang ekonomi (Oktaviani.J, 2018). Pandemi ini tidak hanya mempengaruhi sisi penawaran tetapi juga sisi permintaan, dari sisi permintaan barang ini sedikit banyak dipengaruhi oleh menurunnya tingkat kepercayaan masyarakat terhadap kualitas dan keamanan barang tersebut (Oktaviani.J, 2018).

Hukum ekonomi menjelaskan bahwa permintaan dan kebutuhan manusia akan suatu barang tidak terbatas tetapi sumber dayanya terbatas. Namun, hal ini berbeda dengan pandangan Islam yang menjelaskan bahwa kebutuhan manusia itu terbatas dan sumber daya yang terbatas tetap dapat dialokasikan dengan baik untuk konsumsi publik. Islam dengan tegas melarang pemeluknya untuk memasukkan dan menggunakan sesuatu yang najis ke dalam tubuhnya, dan hal ini sesuai dengan firman Allah SWT dalam Al-Quran Al-Baqarah: 173 yang berbunyi:

تَمَا حَرَّمَ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةَ وَالدَّمَ وَلَحْمَ الْخَنزِيرِ وَمَا أُهْلَ بِهِ لِغَيْرِ اللَّهِ فَمَنْ اضْطُرَّ غَيْرَ بَاغٍ وَلَا عَادٍ فَلَا إِثْمَ عَلَيْهِ إِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ رَحِيمٌ

(173) Dia hanya mengharamkan bagimu bangkai, darah, babi dan yang dipersembahkan selain Allah. Tetapi siapa pun yang dipaksa [karena kebutuhan], tidak menginginkan [itu] atau melanggar [batasnya], tidak ada dosa baginya. Sesungguhnya Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang. Menurut ketentuan syariah, batasan konsumsi yang haram tidak hanya terbatas pada makanan dan minuman saja, tetapi juga segala sesuatu yang tidak baik dan dapat merugikan diri sendiri dan orang lain.

Halal adalah sesuatu yang boleh (mubah) yang diperbolehkan oleh syariat (Putriani & Shofawati, 2015). Tingkat keyakinan terhadap sesuatu yang disyariatkan oleh agama merupakan bentuk religiusitas seseorang dan religiusitas manusia selalu diimplementasikan dalam berbagai aspek kehidupan. Artinya kegiatan keberagamaan tidak hanya dilakukan pada saat melakukan ibadah tetapi juga pada kegiatan lain yang meyakini bahwa Allah SWT terus mengawasi dan

melihat apa yang kita lakukan di dunia. sehingga permintaan terhadap semua produk halal menjadi hal yang mutlak.

Produk halal yang sebelumnya sulit dijangkau masyarakat lokal kini mulai bisa didapatkan dengan mudah dengan bantuan kecanggihan teknologi. Kemunculan teknologi digital menjadi terobosan besar dan inovasi baru dalam kegiatan ekonomi dunia (Indriani, 2020). Perkembangan teknologi digital syariah terus dilakukan untuk mengakomodir keinginan umat Islam yang ingin memperoleh semua produk yang dinyatakan halal dan hemat. Perkembangan teknologi digital, menurut Dekan, merupakan peningkatan yang berkelanjutan dan memaksa suatu organisasi untuk terus menghasilkan metode-metode baru yang lebih baik dari sebelumnya, baik secara teknis maupun administratif (Indriani, 2020). Perkembangan teknologi digital menghasilkan apa yang dikenal sebagai aplikasi. .

Pandangan masyarakat Kota Malang terhadap industri halal dapat berbeda-beda tergantung dari berbagai faktor seperti budaya, agama, pendidikan, dan preferensi konsumen. Namun secara umum, Malang merupakan kota dengan keragaman budaya dan agama, sehingga industri halal dapat memberikan dampak yang signifikan terhadap berbagai aspek kehidupan masyarakat. Kota Malang memiliki jumlah penduduk yang cukup besar dengan berbagai latar belakang agama khususnya Islam. Bagi masyarakat yang menjunjung tinggi aspek halal dalam makanan dan produknya, industri halal mungkin mendapat sambutan positif. Mereka dapat mencari produk halal untuk memastikan konsumsinya sesuai dengan ajaran agama. Orang Malang mungkin memiliki preferensi kuliner dan gaya hidup tertentu yang melibatkan konsumsi makanan dan produk halal. Industri halal dapat berperan dalam memenuhi kebutuhan tersebut dan menjadi bagian dari kebiasaan kita sehari-hari.

Aplikasi itu sendiri merupakan alat terapan yang berfungsi secara sistematis sesuai dengan kemampuannya (Wiwit Denny Fitriana, 2018). Aplikasi ini akan membantu pengguna untuk mengakses produk yang dihasilkan oleh industri halal yang telah disertifikasi oleh Badan Penjamin Halal suatu produk jika ditangani oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) di Indonesia (Supriyatri, 2015). Pesatnya perkembangan penggunaan perangkat digital oleh konsumen saat ini telah memungkinkan banyak pengguna untuk melakukan pembayaran dan transfer uang antar individu dengan memperkenalkan pembayaran baru yang disebut Layanan pembayaran digital atau lebih dikenal dengan layanan pembayaran nontunai (Rybina, 2021). Kegiatan transaksi jual beli yang biasanya dapat dengan mudah dilakukan secara langsung kini juga sedikit banyak harus beralih ke transaksi nontunai. Berbagai langkah dan upaya konkrit telah dilakukan oleh pemerintah selaku pengambil kebijakan untuk memajukan sektor industri halal di Indonesia. Di dunia, Indonesia dengan potensi penduduk muslim terbesar masih berperan sebagai konsumen saja dan belum mempersiapkan diri dengan baik untuk menjadi produsen dalam industri halal (Ahla et al., 2020).

Berdasarkan fakta tersebut, tentunya hal ini juga menjadi hal penting yang menjadi dasar mengapa Indonesia tidak segera menyadari dan mensejajarkan diri secara internasional sebagai produsen industri halal. Namun Indonesia terus melakukan upaya untuk mencapai tujuan pengembangan sektor industri halal dan hal ini dibuktikan dengan adanya kerjasama Indonesia dengan Malaysia dan Thailand dalam Growth Triangle (IMT-GT) mengenai pengembangan industri halal yang mana dari kerjasama tersebut memiliki karakteristik yang saling melengkapi (Amalia, n.d.). Berdasarkan hal tersebut, maka rumusan masalah sekaligus tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis sejauh mana ekonomi digital eksis dan mendukung pengembangan sektor UKM halal khususnya di kota Malang. Penting untuk dilakukan kajian atau survei lebih

lanjut di tingkat lokal untuk mengetahui lebih dalam pandangan masyarakat Kota Malang terhadap industri halal. Keterlibatan masyarakat, edukasi dan promosi manfaat industri halal dapat membantu membentuk pandangan positif di kalangan masyarakat.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif dimana tujuan penggunaan metode ini adalah untuk memahami bagaimana variabel-variabel dalam penelitian memiliki keterkaitan dan pengaruh yang dilakukan selama penelitian berlangsung. Konsep yang digunakan lebih kepada menganalisis isi dan hasil data primer serta hasil penelitian ilmiah sejenis guna mengungkap dan menemukan kesimpulan dan gagasan yang terwujud dan laten dari penulis (Oktaviani.J, 2018). Dari hasil perolehan data tersebut kemudian digunakan untuk membuat analisis deskriptif yang berkaitan dengan objek penelitian ini. Selain menggunakan teknik dokumentasi, analisis data penelitian ini juga menggunakan bantuan program smart PLS.

Penelitian ini dilakukan secara umum di Kota Malang mengingat hampir seluruh wilayah di Kota Malang telah menggunakan berbagai jenis aplikasi ekonomi digital dan juga mendukung upaya pemerintah untuk mewujudkan sektor industri halal baik makanan maupun non makanan. Data yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari data primer yang diperoleh dari hasil kuesioner dan juga data sekunder yang diperoleh melalui studi kepustakaan dan dokumentasi jurnal dan artikel ilmiah bahkan berita online dan offline serta data statistik (Yenti Sumarni, 2020).

Dalam penelitian ini Dalam konteks penggunaan dan niat menggunakan produk halal, Technology Acceptance Model (TAM) dapat diterapkan untuk memahami bagaimana respon individu dan niat menggunakan produk halal. Dalam hal ini, dua variabel inti dari Model TAM adalah Perceived Usefulness dan Perceived Ease of Use, yang secara langsung mempengaruhi Intention to Use produk halal.

Tabel 1. Variabel Operasional

Variabel	Definisi
Perceived Usefulness	Dalam konteks industri halal, masyarakat akan mempertimbangkan sejauh mana industri ini menguntungkan dirinya secara pribadi. Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap kemanfaatan industri halal
Perceived Ease of Use	Persepsi ini terkait dengan kemudahan yang dirasakan masyarakat dalam menggunakan jasa atau produk dari industri halal
Intention To Use	Kegunaan yang dirasakan dan kemudahan penggunaan yang dirasakan pada akhirnya akan mempengaruhi niat individu untuk menggunakan produk halal. Jika individu merasa bahwa produk halal memiliki manfaat dan mudah digunakan, mereka cenderung memiliki niat yang lebih kuat untuk menggunakan produk tersebut
Transaction	Transaksi adalah kegiatan atau proses pertukaran atau pemberian sesuatu antara dua pihak atau lebih untuk mendapatkan barang, jasa atau hak tertentu. Transaksi dapat melibatkan pertukaran uang, barang, jasa atau hak dengan tujuan mencapai kesepakatan atau keuntungan bagi semua pihak yang terlibat.

Model Penelitian

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Dimana :

Y : Transaksi

α : Konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$: Koefisien Regresi

X1 : Perceived Usefulness

X2 : Intention To Use

X3 : Perceived ease of use

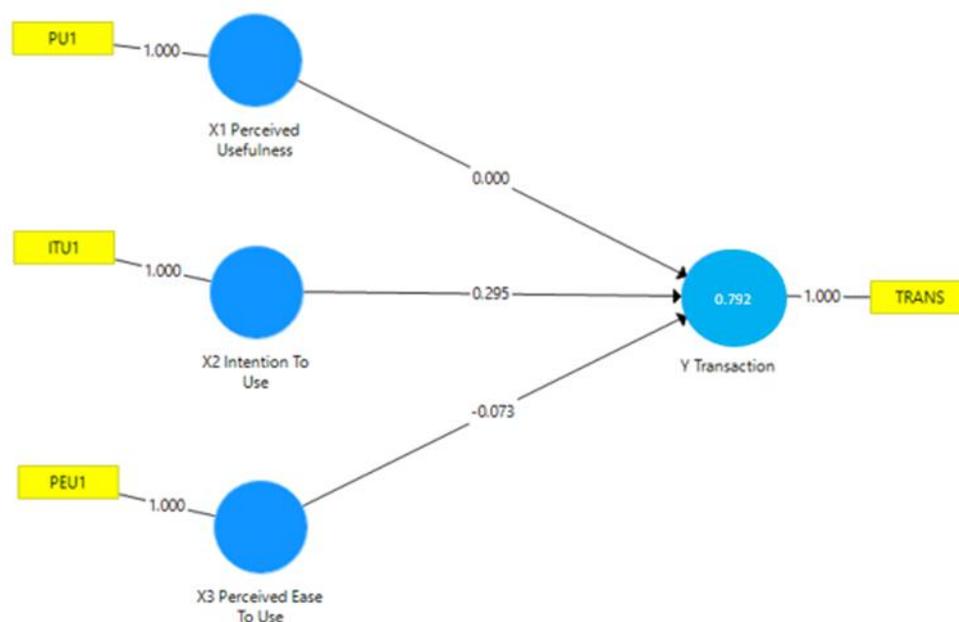
HASIL DAN PEMBAHASAN

Penggunaan perangkat ekonomi digital di masyarakat luas khususnya di kota Malang sudah dirasakan merata, hal ini juga didukung oleh perkembangan global yang menuntut semua sistem transaksi baik finansial maupun non finansial bersifat cashless dan menggunakan teknologi digital. perangkat yang memanfaatkan sebagian besar jaringan internet. Penelitian ini menggabungkan data dari hasil kuesioner yang dibagikan kepada informan tahun 2022. Serangkaian uji model dilakukan untuk memilih model terbaik. Selain itu, uji validitas dianggap sebagai uji pertama yang menentukan uji model panel dinamis atau GMM. Banyak masyarakat di Kota Malang yang mengikuti perkembangan ekonomi digital, terlihat dari data pengguna fintech. Uji Validitas dan Reliabilitas Hasil uji validitas setiap tes pada setiap item pertanyaan digunakan untuk mengukur variabel

Kegunaan yang dirasakan, intensitas penggunaan dan persepsi kemudahan penggunaan, menunjukkan bahwa nilai korelasi setiap item dengan skor total lebih besar dari 0,4, sehingga dapat diartikan bahwa penggunaan item yang diterbitkan dalam penelitian ini valid dan dapat digunakan. untuk analisis data lebih lanjut. Hasil uji reliabilitas untuk semua faktor Pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel perceived usefulness, intention to use dan perceived ease of use menunjukkan bahwa semua faktor dapat dikatakan reliabel karena nilai koefisien reliabilitas Cronbach alpha semuanya $> 0,70$ sehingga dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Dalam studi tersebut ditemukan bahwa manfaat yang dirasakan dengan pengembangan platform digital dan kemudahan penggunaan yang dirasakan terbukti menjadi penentu penting niat konsumen dalam studi ini. hasil konfirmasi bahwa Penerimaan Teknologi. Model tersebut, dengan konstruksi manfaat yang dirasakan dan kemudahan penggunaan yang dirasakan, merupakan kerangka kerja yang kuat untuk memprediksi niat perilaku pengguna yang mengadopsi teknologi baru dan model ini dapat berhasil digunakan dalam konteks layanan pembayaran digital yang akan membantu pengembangan UMKM halal di Indonesia. Kota Malang (Rybina, 2021).

Gambar 1
Output Hasil Pengolahan Data Menggunakan SMART PLS 3



Sumber : Proses Data oleh Smart-PLS, 2022.

Berdasarkan hasil pengolahan data dengan menggunakan aplikasi smart PLS 3 terlihat bahwa dari 3 variabel laten yang digunakan, hanya 2 variabel yang berpengaruh terhadap variabel Y yaitu variabel X1 yang diwakili oleh Perceived Usefulness dan variabel X3 yaitu Perceived Ease To Use pada Y yaitu total transaksi yang diperoleh UMKM selama menggunakan alat ekonomi digital sebagai indikatornya. Dari gambar diatas juga dapat dilihat bahwa terdapat pengaruh yang berbeda antara variabel X1 dan X3 yaitu X1 diperoleh nilai signifikansi $0,000 < 0,005$ positif signifikan sedangkan untuk variabel X3 hasilnya $-0,073$ yang artinya mempunyai pengaruh terhadap variabel Y tetapi secara signifikan negatif. Hasil penelitian ini didukung oleh beberapa penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya dimana hasilnya menunjukkan bahwa sikap positif seseorang terhadap suatu teknologi akan mendorong orang tersebut untuk mengoptimalkan penggunaan teknologi tersebut (Gusni et al., 2020).

Hasil analisis data menunjukkan bahwa perceived usefulness sebagai variabel X1 berpengaruh positif terhadap total transaksi platform digital dimana kondisi ini dapat disimpulkan bahwa responden yaitu pemilik UMKM percaya bahwa dengan menggunakan aplikasi pembayaran digital dapat memberikan benefit atau keuntungan dalam menunjang penjualan mereka. kegiatan. Peluncuran aplikasi digital ini mampu memberikan keuntungan bagi pengguna karena dapat melakukan berbagai transaksi yang dilakukannya pada aplikasi tersebut dengan lebih cepat tanpa perlu menggunakan uang tunai (Febrianda & Indayani, 2022). Hasil ini juga didukung penuh oleh fakta bahwa saat ini masyarakat lebih memilih menggunakan moda transaksi nontunai untuk melakukan pembayaran nontunai. Di Malaysia, pemerintah mendorong visi masyarakat tanpa uang tunai. Masyarakat digital dan tanpa uang tunai akan membantu mendorong pertumbuhan ekonomi. Tingkat kesadaran konsumen yang tinggi. Persepsi kegunaan, label kemudahan penggunaan, label risiko, kepercayaan sebagai faktor yang mempengaruhi niat untuk menggunakan moda transaksi nontunai. Perceived usefulness merupakan faktor yang mempengaruhi niat konsumen untuk menggunakan moda transaksi cashless (Peggie et al., 2021).

Tabel 2. Deskripsi Responden

Jenis Kelamin	Total	Persentase(%)
Laki-laki	29	40,8%
Perempuan	42	59,1%
Usia <30 tahun	12	16,9%
30-40 tahun	35	49,2%
40-50 tahun	24	33,8%

data yang diproses, 2022.

Dalam penelitian ini menggunakan hasil survei identitas Responden seperti terlihat pada tabel 1 diatas terlihat bahwa responden laki-laki sedikit lebih banyak dibandingkan responden perempuan dengan rentang usia terbesar antara 30 s/d. 40 tahun. Jumlah dan pemilihan responden didasarkan pada pengguna aktif platform digital yang dimanfaatkan UMKM di kota Malang. Variabel kedua yaitu intensitas pengguna X2 diperoleh hasil sebesar $0,295$ yang berarti tidak berpengaruh signifikan. Hal ini dikarenakan tidak semua pemilik UMKM menerima pembayaran menggunakan aplikasi nontunai atau digital secara penuh, karena masih banyak masyarakat yang kesulitan dalam melakukan pembelian. hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Allah Pitchay et al., 2022) yang menjelaskan bahwa faktor intensitas penggunaan platform digital tidak terlalu mempengaruhi jumlah transaksi, hal ini dikarenakan adanya variabel

lain yang dapat mempengaruhi pendapatan seseorang. niat untuk melakukan penggunaan berulang, misalnya berorientasi pada penghematan harga ketika ada diskon, pengaruh sosial dan lain-lain. Dari hasil data keluaran juga terlihat bahwa nilai R-square berada pada kisaran 0,792 yang berarti model TAM yang dipilih mampu memberikan penjelasan yang cukup baik sebesar 79,2% dan sisanya dijelaskan oleh variabel. di luar model penelitian yang telah dibentuk (Fataron & Rohmah, 2020).

Pembahasan Industri makanan halal di Indonesia belum mencapai keunggulan bersaing meskipun dari segi permintaan sangat tinggi namun secara struktur organisasi, perusahaan bahkan faktor internal industri itu sendiri belum sepenuhnya mendukungnya (Hanandita, 2017). Banyak upaya yang telah dilakukan Indonesia untuk meningkatkan industri halal, salah satunya dengan bergabungnya Malaysia dan Thailand membentuk Growth Triangle (IMT-GT) (Amalia, n.d.). Masyarakat yang mayoritas penduduknya beragama Islam memudahkan Indonesia untuk mengembangkan sektor industri halal. Kota Malang merupakan salah satu kota terpadat di Indonesia dengan jumlah penduduk muslim yang besar, dan tercermin pada tabel di bawah ini:

Tabel 3. Penduduk Islam di Kota Malang

Kecamatan Di Kota Malang	Islam		
	2020	2021	2022
Kedungkandang	200721	208027	210607
Sukun	184268	189591	190977
Klojen	91116	92360	92703
Blimbing	177388	181305	182089
Lowokwaru	157580	162575	164031
Kota Malang	811073	833858	840407

Source : Department of Population and Civil Registration of Malang City, 2022.

Untuk variabel ketiga yang dipersepsikan mudah digunakan diperoleh hasil sebesar -0,073 yang berarti bahwa variabel X3 berpengaruh negatif namun signifikan terhadap variabel transaksi (Y). Variabel X3 ini mencerminkan betapa mudahnya dalam menggunakan platform digital oleh pemilik UMKM di kota Malang, namun kembali pada kenyataan bahwa tidak semua transaksi dilakukan menggunakan platform digital dan tidak semua informasi terkait produk dapat dijelaskan sehingga hal tersebut menjadi kendala. yang dirasakan oleh pemilik maupun pengguna. Penelitian ini hanya berfokus pada transaksi yang diperoleh UMKM yang menggunakan ekonomi digital dalam bisnisnya, sehingga diharapkan peneliti selanjutnya menambahkan data lain sebagai tambahan agar data yang dihasilkan lebih baik lagi. Penelitian juga hanya terfokus pada UMKM yang ada di kota Malang khususnya F&B, sehingga jika peneliti selanjutnya ingin mengembangkannya dengan menambah wilayah lain atau bahkan jenis usaha UMKM lainnya, mengingat penggunaan dan kemudahan akses fintech sudah berkembang. hampir di seluruh pelosok tanah air. Inovasi dan kemajuan teknologi yang pesat telah membawa perubahan mendasar di berbagai sektor, salah satunya di bidang keuangan melalui layanan elektronik. Salah satunya adalah mata uang elektronik (cryptocurrency). Perkembangan pesat di berbagai bidang negara, termasuk Indonesia. uang elektronik pada platform digital telah mendorong masyarakat untuk melakukan berbagai transaksi keuangan tanpa perlu menggunakan uang tunai (Gusni et al., 2020).

SIMPULAN DAN SARAN

Dalam penelitian ini dapat diartikan bahwa sebenarnya keberadaan teknologi digital untuk mendukung pengembangan industri Halal di kota Malang belum jelas, hal ini dikarenakan belum

ada 2. Satu-satunya variabel laten yang mempengaruhi volume transaksi konsumen adalah Perceived Usability dan Perceived Ease of Use for Y, sehingga di era digital ke depan, teknologi digital memiliki potensi besar untuk mendukung dan mendorong pertumbuhan industri halal dalam berbagai hal. Salah satu upaya yang perlu dilakukan adalah teknologi seperti blockchain yang dapat digunakan untuk memantau dan melacak rantai pasok produk halal, mulai dari sumber bahan baku hingga produk akhir. Ini dapat membantu memastikan keaslian dan integritas produk, sekaligus meningkatkan transparansi. Analitik dan teknik big data dapat membantu produsen Halal memahami preferensi konsumen, tren pasar, dan kebutuhan produk. Hal ini dapat membantu dalam mengembangkan produk Halal berdasarkan kebutuhan pasar. Penting untuk dicatat bahwa penerapan teknologi digital dalam industri halal juga memerlukan perhatian terhadap keamanan data, privasi konsumen, dan masalah peraturan terkait untuk memastikan bahwa produk dan layanan yang disediakan tetap sesuai dengan halal.

DAFTAR PUSTAKA

- Adinugraha, H. H., & Sartika, M. (2019). Halal Lifestyle Di Indonesia. *An-Nisbah: Jurnal Ekonomi Syariah*, 5(2), 57–81. <https://doi.org/10.21274/an.2019.5.2.layout>
- Ahla, A., Hulaify, A., & Budi, H. I. S. (2020). *Strategi Pengembangan Ekonomi Syari'ah Melalui Penguatan HALAL VALUE CHAIN (Studi Kasus pada Industri Pariwisata Halal di Kota Banjarbaru)*.
- Aliasar, A. (n.d.). *Strategi Pengembangan Industri Halal Indonesia dalam Menghadapi Dinamika Perekonomian Global Pasar Global Halal*.
- Allah Pitchay, A., Ganesan, Y., Zulkifli, N. S., & Khaliq, A. (2022). Determinants of customers' intention to use online food delivery application through smartphone in Malaysia. *British Food Journal*, 124(3), 732–753. <https://doi.org/10.1108/BFJ-01-2021-0075>
- Amalia, R. (n.d.). *Strategi negara anggota imt-gt (indonesia, malaysia, thailand growth triangle) dalam pengembangan industri halal rizki amalia*. 1–13.
- Fataron, Z. A., & Rohmah, H. (2020). Effect Analysis of Trust, Ease, Information Quality, Halal Product on Online Purchase Decision of 2016-2018 Batch Students of Islamic Economics Study Program in UIN Walisongo at Shopee Marketplace. *Journal of Digital Marketing and Halal Industry*, 1(1), 1. <https://doi.org/10.21580/jdmhi.2019.1.1.4772>
- Febrianda, & Indayani. (2022). The Effect of Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness & Quality of Information on Interest in Transactions Using E-Commerce (Study on Generations Y & Z in Aceh Province). *2022 International Conference on Decision Aid Sciences and Applications, DASA 2022*. <https://doi.org/10.1109/DASA54658.2022.9765231>
- Gusni, G., Hurriyati, R., & Dirgantari, P. D. (2020). Pengaruh Perceived Usefulness dan Perceived Ease of Use terhadap Attitude dan Actual Usage Go-Pay. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 8(1), 22–33. <https://doi.org/10.26905/jmdk.v8i1.3892>
- Hanandita, T. (2017). *Universitas Katolik Parahyangan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Program Studi Ilmu Administrasi Publik*. 21. <http://repository.unpar.ac.id/bitstream/handle/123456789/2025/Cover> - Bab 1 - 3111061sc-p.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Indriani, G. (2020). *PENGARUH CUSTOMER FEEDBACK PADA TOKOPEDIA SALAM TERHADAP PENGEMBANGAN EKONOMI DIGITAL SYARIAH (Studi Kasus di Martapura dan* 1–10. <http://eprints.uniska-bjm.ac.id/1873/>
- Kusnandar, V. B. (2019). Indonesia , Negara dengan Penduduk Muslim Terbesar Dunia. In <https://Databoks.Katadata.Co.Id/Datapublish/2019/09/25/Indonesia-Negara-Dengan->

Penduduk-Muslim-Terbesar-Dunia (p. 1).

- Oktaviani.J. (2018). Peran Industri Halal Dalam Mendongkrak Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Di Era New Normal. *Sereal Untuk*, 51(1), 51.
- Peggie, N., Siti, &, & Ismail, N. (2021). Determinants of Influence Factors of Consumer's Intention to Use Cashless Transaction Mode Among UTHM Students. *Research in Management of Technology and Business*, 2(1), 273–292. <http://publisher.uthm.edu.my/periodicals/index.php/rmtb>
- Putriani, Y. H., & Shofawati, A. (2015). Pola Perilaku Konsumsi Islami Mahasiswa Muslim Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga Ditinjau Dari TInggkat Religiusitas. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 2(7), 570. <https://doi.org/10.20473/vol2iss20157pp570-582>
- Rybina, L. (2021). Factors affecting usage of mobile payments by youth in Kazakhstan. *Innovative Marketing*, 17(4). [https://doi.org/10.21511/im.17\(4\).2021.09](https://doi.org/10.21511/im.17(4).2021.09)
- Supriyatni, R. (2015). Eksistensi dan Tanggung Jawab Majelis Ulama Indonesia dalam Penerapan Sertifikasi dan Labelisasi Halal Produk Pangan di Indonesia. In *Al-Iqtishad: Journal of Islamic Economics* (Vol. 3, Issue 2). <https://doi.org/10.15408/aiq.v3i2.2140>
- Wiwit Denny Fitriana. (2018). *DIGITALISASI KULINER DAN WISATA HALAL DAERAH JOMBANG MELALUI APLIKASI “ JOMBANG HALAL TOURISM ”* Wiwit Denny Fitriana Universitas Pesantren Tinggi Darul Ulum. 6(November), 153–158.
- Yenti Sumarni. (2020). Pandemi Covid-19: Tantangan Ekonomi Dan Bisnis. *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 6(2), 46–58.