

ABSTRAK

Hani Nur Fauziah (1219220055): Pengaruh Sertifikasi Halal, *Digital Payment* dan *Digital Marketing* terhadap Pendapatan UMKM di Sekitar Kampus UIN Sunan Gunung Djati Bandung

Seiring berkembangnya kesadaran akan produk halal, menjadikannya bukan hanya sebagai kebutuhan saja, tetapi dijadikan sebagai gaya hidup juga. Sesuai penelitian terdahulu sertifikasi halal memberikan keleluasaan terhadap pelaku UMKM dan kepercayaan terhadap para konsumen. Hal ini bisa menyebabkan peningkatan pendapatan dari para pelaku UMKM. Pengaruh teknologi digital di masa kini dapat meningkatkan efisiensi kinerja pelaku usaha. Cara yang sering dipakai oleh pelaku UMKM diantaranya *digital payment* dalam pembayaran dan *digital marketing* dalam pemasaran. Peneliti mengambil responden pelaku UMKM di kelurahan Cipadung dan Cimincrang yang produknya sudah tersertifikasi halal, memakai *digital payment*, dan *digital marketing*.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui seberapa berpengaruh variabel independen yaitu sertifikasi halal, *digital payment*, dan *digital marketing* terhadap pendapatan UMKM yang ada di sekitar kampus UIN Sunan Gunung Djati Bandung, tepatnya di kelurahan Cipadung dan Cimincrang.

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif. Sampel diambil menggunakan rumus slovin dengan jumlah yang diambil sebanyak 68 pelaku UMKM. Dalam pengumpulan data, peneliti menggunakan angket kuisisioner yang disebarakan kepada para pelaku UMKM di kelurahan Cipadung dan Cimincrang. Dalam menganalisis statistik, seperti menguji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis, peneliti menggunakan bantuan aplikasi SPSS 26.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nilai uji parsial (uji t) variabel sertifikasi halal berpengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM, variabel *digital payment* tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM, dan variabel *digital marketing* berpengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM. Sedangkan pada uji f variabel sertifikasi halal, *digital payment*, dan *digital marketing* secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap pendapatan UMKM. Hasil perhitungan R^2 atau perhitungan koefisien determinan yaitu 28,3% dipengaruhi oleh variabel independen pada penelitian ini, sedangkan sisanya 71,7% dipengaruhi oleh variabel selain yang diteliti pada kali ini.

Kata Kunci : Sertifikasi Halal, *Digital Payment*, *Digital Marketing*, Pendapatan UMKM