

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) adalah salah satu kegiatan informal yang paling banyak digeluti oleh masyarakat Indonesia. Berdasarkan data terbaru dari KemenkopUKM bahwa ada 65,4 Juta pelaku UMKM yang ada di Indonesia. Sebagian besar kegiatan yang dilakukan UMKM di Indonesia banyak menyerap tenaga kerja yang sampai sekarang masih dibutuhkan. Hal ini menyatakan bahwa kontribusi dari UMKM sangat mempengaruhi masyarakat Indonesia.

Perekonomian nasional banyak dipengaruhi oleh UMKM. Para pekerja yang menganggur bisa menjadi wirausahawan dengan jalan UMKM, sehingga pengangguran yang terjadi di Indonesia bisa teratasi. Hal ini dibuktikan ketika terjadinya krisis ekonomi. Walaupun terjadi krisis tetapi sektor usaha tetap berjalan khususnya sektor usaha mikro kecil dan menengah (Dewi, 2022). Tercatat bahwa kontribusi UMKM terhadap PDB Negara mencapai 56-59%.



Gambar 1.1 Peran UMKM 1

Sumber : Kompasiana (2020)

Kota Bandung adalah salah satu kota yang menjadi tempat bagi para pelaku UMKM menjalankan usahanya. Jumlah UMKM yang tercatat per tahun 2024 mencapai 1.009 pelaku. Dengan pembagian sesuai klasifikasi usaha sebagai berikut :

Tabel 1.1
Jumlah Pelaku UMKM di Kota Bandung

Klasifikasi Usaha	Jumlah	Satuan	Tahun
Usaha Mikro	994	Unit	2023
Usaha Kecil	14	Unit	2023
Usaha Menengah	1	Unit	2023

Sumber : Open Data Kota Bandung (2024)

Selain dari itu, pemerintah Indonesia memberikan prioritas terhadap UMKM yaitu pembangunan ekonomi nasional dengan memberdayakan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Masalah kesenjangan pendapatan di masyarakat menjadi alasan dijadikannya solusi perekonomian di Indonesia agar dapat merata. UMKM juga merupakan salah satu usaha yang dapat menampung pekerja secara luas, menghidupkan perekonomian rakyat, meningkatkan pendapatan masyarakat, juga menaikkan pertumbuhan dan kestabilan ekonomi nasional (Aryadi & Hoesin, 2022).

Lebih dari itu, di masa sekarang industri halal semakin memuncak. Hal tersebut menjadikan UMKM harus ikut bertransformasi menuju UMKM yang bersertifikasi Halal. Terlebih Indonesia merupakan negara dengan mayoritas masyarakatnya muslim. Hal ini dapat dijadikan sebagai pasar untuk penjualan barang yang bersertifikasi halal. Sertifikat halal ini diterbitkan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH). Dengan terbitnya sertifikasi ini memberikan keleluasaan bagi para UMKM untuk menjual produknya yang telah terjamin halal. Oleh karena itu, gaya hidup halal telah menjadi kebutuhan di kalangan muslim Indonesia, yang dibantu dengan adanya sertifikasi produk halal.

Indonesia juga berpeluang menjadi negara penghasil produk maupun jasa bersertifikasi halal terbesar di dunia (Warto & Samsuri, 2020). Akan tetapi kenyataannya Indonesia masih banyak mengimpor barang maupun jasanya dari luar negeri, karena belum bisa menghasilkan produk

berstandar halal yang berlaku. Hingga saat ini Indonesia hanya berada di peringkat 4 sebagai negara penghasil produk halal.

Transformasi di Industri halal perlu dilakukan untuk memaksimalkan potensi para UMKM yang pada saat ini sudah mencapai 65,4 juta usaha. Hal ini menjadi isu terpenting untuk mengekspansi bisnis yang dijalankan para UMKM. Pelaku usaha terutama dalam bidang makanan dan minuman dituntut untuk memenuhi standar produk yang ada, yaitu dengan sertifikasi halal. Berikut data penerbitan sertifikasi halal menurut skala usaha tahun 2024 di seluruh Indonesia :

Tabel 1.2
Jumlah penerbitan Sertifikat Halal di Indonesia

Provinsi	Besar	Menengah	Kecil	Mikro	Jumlah
Aceh	0	0	0	398	398
Bali	21	37	56	391	505
Banten	279	265	267	4.330	5.141
Bengkulu	0	1	14	419	434
DI Yogyakarta	15	28	135	3.938	4.116
DKI Jakarta	559	106	182	6.801	7.648
Gorontalo	4	1	1	375	381
Jambi	2	11	13	1.145	1.171
Jawa Barat	472	190	368	20.144	21.174
Jawa Tengah	142	77	366	20.112	20.697
Jawa Timur	285	267	428	23.885	24.865

Kalimantan Barat	8	3	7	663	681
Kalimantan Selatan	7	27	121	1.093	1.248
Kalimantan Tengah	3	7	8	608	626
Kalimantan Timur	4	15	22	1.168	1.209
Kalimantan Utara	3	0	14	189	206
Kep. Bangka Belitung	1	0	24	635	660
Kepulauan Riau	20	24	30	1.599	1.673
Lampung	17	34	78	11.156	11.285
Maluku	0	1	5	166	172
Maluku Utara	2	1	4	245	252
Nusa Tenggara Barat	1	11	27	757	796
Nusa Tenggara Timur	1	5	11	100	117
Papua	0	0	0	60	60
Papua Barat	0	0	2	31	33
Riau	29	24	43	1.881	1.977
Sulawesi Barat	0	0	0	519	519
Sulawesi Selatan	23	41	102	1.695	1.861
Sulawesi Tengah	2	1	7	939	949
Sulawesi Tenggara	0	0	4	246	250
Sulawesi Utara	1	11	18	161	191
Sumatera Barat	8	25	61	2.409	2.503
Sumatera Selatan	6	45	77	2.180	2.308

Sumatera Utara	75	61	79	994	1.209
----------------	----	----	----	-----	-------

Sumber : Kemenag RI (2025)

Di era yang serba digital memberikan pengaruh yang sangat besar bagi perkembangan peradaban manusia, terutama dalam kegiatan sehari-hari. Digitalisasi di segala bidang bisa memberikan kemudahan pada kehidupan manusia. Kemudahan tersebut membuat kegiatan semakin efektif dan efisien. Salah satu yang banyak dipengaruhi yaitu kegiatan perekonomian. UMKM merupakan salah satu sektor yang ikut serta dalam memanfaatkan digitalisasi.

Ketentuan dalam bertransaksi mempengaruhi budaya yang menyebar di Indonesia, termasuk konsumsi yang diperlukan baik itu produk atau jasa yang halal (Saputri, 2020). Tentunya apabila banyak masyarakat atau konsumen yang membutuhkan produk halal, maka diperlukan juga sertifikasi halal terhadap produk yang dihasilkan sehingga membuat para pelaku UMKM di sekitar UIN Bandung berupaya untuk mensertifikasi produknya agar tetap diminati oleh para konsumen khususnya bagi pelaku UMKM UIN Bandung.

Penggunaan media digital dalam transaksi telah menjadi salah satu fenomena penting dalam *muamalah* perekonomian modern. Transformasi digital membuka peluang baru bagi berbagai sektor untuk memperbarui model bisnis agar dapat memenuhi kebutuhan masyarakat sekaligus mencapai tujuan pembangunan yang berkelanjutan. Dalam konteks ekonomi Indonesia, kehadiran teknologi digital memberikan dorongan

signifikan bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk berinovasi, beradaptasi, dan berkembang dalam menghadapi era digital (Febriani dkk., 2022).

UMKM menjadi salah satu sektor yang berpotensi besar untuk didukung dengan teknologi digital, terutama dalam menghadapi tantangan global. Pasar yang semakin kompetitif, kompleks, terintegrasi, dan maju menuntut kebijakan ekonomi dan keuangan yang mendukung daya saing UMKM. Bank Indonesia, sebagai bank sentral, memegang peran penting dalam mengatur sistem pembayaran untuk mendukung perkembangan ekonomi ini. Salah satu langkah konkret yang diambil adalah pengembangan dan penerapan uang elektronik sebagai bentuk pembayaran non tunai, yang diatur dalam Peraturan Bank Indonesia Nomor 16/08/PBI/2014.

Keberadaan uang elektronik seperti kartu berbasis *chip*, *server*, dan *e-wallet* telah menjadi solusi modern untuk pembayaran. Produk-produk ini memberikan kemudahan bagi masyarakat umum maupun UMKM dalam melakukan transaksi. Sistem pembayaran non tunai terbukti meningkatkan efisiensi operasional dan mengurangi biaya transaksi, sehingga mendorong pertumbuhan sektor UMKM. Dengan sistem pembayaran yang lebih efektif dan efisien, UMKM dapat memberikan layanan yang lebih baik kepada pelanggan sekaligus meningkatkan kinerja bisnis mereka (Kusuma & Asmoro, 2020).

Langkah inovatif lain yang diambil oleh Bank Indonesia adalah peluncuran *Quick Response Indonesia Standard (QRIS)* pada Agustus 2020. *QRIS* merupakan sistem pembayaran online yang dirancang untuk menstandarisasi pembayaran non tunai menggunakan *QR Code*. Dengan satu *QR Code* yang terintegrasi, para pelaku usaha dapat bertransaksi dengan pelanggan tanpa perlu repot menggunakan berbagai kode dari penerbit yang berbeda. Inisiatif ini memberikan fleksibilitas dan kemudahan bagi UMKM untuk mengadopsi teknologi digital dalam sistem pembayaran mereka (Nikmah, 2023).

Manfaat transformasi digital dalam sistem pembayaran sangat dirasakan oleh UMKM. Selain mendukung kelancaran transaksi, teknologi ini memungkinkan UMKM untuk beradaptasi lebih cepat terhadap perubahan kebutuhan pasar dan perilaku konsumen. Dalam jangka panjang, penerapan sistem pembayaran digital yang inklusif dan terintegrasi seperti *QRIS* akan membantu memperkuat ekosistem ekonomi digital di Indonesia juga mendorong pertumbuhan ekonomi khususnya di sektor UMKM.

Jawa Barat mencatatkan pencapaian luar biasa dalam transaksi digital yang menggunakan *Quick Response Indonesia Standard (QRIS)*. Kepala Kantor Perwakilan Bank Indonesia (BI) Jawa Barat, Muhammad Nur, pada acara *West Java Economic Society (WJES)* yang digelar di Bandung pada Senin, 18 November 2024, mengungkapkan bahwa total nilai transaksi qris di provinsi ini mencapai Rp.90,86 triliun dengan volume transaksi sebesar Rp. 873,36 juta per September 2024. Prestasi ini

menjadikan Jawa Barat sebagai provinsi pengguna transaksi qris tertinggi di Indonesia.

Selain itu, para pelaku UMKM mendorong agar usahanya terus berkembang di zaman digital ini, salah satunya dengan pemasaran yang dilakukan secara online. Pemasaran digital, merupakan salah satu cara untuk memasarkan produk yang menggunakan internet serta perangkat yang dihubungkan dengan internet. *Digital marketing* ini memberikan kemudahan untuk memasarkan produk tanpa mengeluarkan biaya yang banyak. Perangkat yang digunakan dapat memudahkan komunikasi antara penjual dengan calon konsumen tanpa harus bertemu langsung. Hal tersebut bisa memberikan pengaruh terhadap lingkungan bisnis khususnya pelaku UMKM (ROSMA, 2022).

Untuk menjual produk yang diinginkan, media sosial dan *e-commerce*, bisa memberikan bantuan agar produk tetap bisa ditawarkan dengan cara yang lebih menarik. *Digital marketing* memadukan antara kegiatan produksi, distribusi, dan konsumsi hanya dalam satu laman saja. Pelaku bisa mudah untuk mendapatkan konsumen, begitupun konsumen tidak akan lama ataupun jauh untuk menjangkau produk yang dicarinya (Wijayanti, 2023).

Langkah ini banyak diambil oleh para pelaku usaha, untuk membuat produknya semakin mudah dijangkau para konsumen. Pelaku UMKM mengambil cara unik ini agar bisa bersaing dengan kompetitor lain, bahkan melebihi pelaku usaha yang lain. Ketika usahanya telah mencapai pasar

yang luas, maka akan meningkatkan penjualan. Hal tersebut dapat meningkatkan pendapatan UMKM.

Salah satu tempat yang banyak didatangi UMKM yaitu perguruan tinggi. Keberadaan perguruan tinggi di suatu daerah dapat memberikan peluang bagi para pelaku UMKM. Salah satu perguruan tinggi yang berkontribusi bagi UMKM yaitu Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung, yang terletak di beberapa tempat berbeda. Usaha yang dijalankan pelaku UMKM tersebut diantaranya makanan, minuman, juga jasa.

Dikarenakan semakin maraknya penggunaan digital, khususnya bagi kalangan mahasiswa, maka semakin meningkat juga permintaan konsumen terhadap suatu produk baik itu yang menggunakan *digital payment* maupun yang menggunakan *digital marketing*. Untuk mendukung permintaan konsumen terhadap penggunaan digital, maka para pelaku UMKM di sekitar UIN juga sudah menggunakan *digital payment* dan *digital marketing*. Diantara penerapan *digital payment* tersebut dengan bayar transfer atau qris yang memudahkan untuk pembayaran. Media sosial juga bisa menjadi tempat promosi dan pemesanan. Kemudian *e-commerce* juga dapat dijadikan sebagai tempat berjualan online para UMKM di sekitar UIN Bandung.

Dari penggunaan sertifikasi halal, *digital payment*, dan *digital marketing*, peneliti melakukan survei awal untuk mengetahui pendapatan yang diperoleh para pelaku UMKM yang ada di sekitar UIN Bandung.

Beberapa pelaku UMKM tersebut memproduksi makanan dan minuman. Rata-rata pendapatan yang diperoleh pelaku UMKM tersebut Rp.11.650.000. Informasi lain yang didapatkan dari para pelaku UMKM mengungkapkan bahwa sertifikasi halal, *digital payment*, dan *digital marketing* mempengaruhi pendapatan mereka.

Dari permasalahan yang telah dipaparkan, maka peneliti tertarik untuk mengangkat penelitian ini agar bisa membuktikan apakah Sertifikasi Halal, *Digital Payment*, dan *Digital Marketing* dapat mempengaruhi pendapatan UMKM. Untuk itu peneliti melakukan penelitian dengan judul **Pengaruh Sertifikasi Halal, *Digital Payment*, dan *Digital Marketing* terhadap pendapatan UMKM di Sekitar Kampus UIN Sunan Gunung Djati Bandung.**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diungkapkan, maka dapat diperoleh rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh sertifikasi halal terhadap pendapatan UMKM di Sekitar Kampus UIN Sunan Gunung Djati Bandung?
2. Bagaimana pengaruh *digital payment* terhadap pendapatan UMKM di Sekitar Kampus UIN Sunan Gunung Djati Bandung?
3. Bagaimana pengaruh *digital marketing* terhadap pendapatan UMKM di Sekitar Kampus UIN Sunan Gunung Djati Bandung?

4. Bagaimana sertifikasi halal, *digital payment*, dan *digital marketing* berpengaruh secara simultan terhadap pendapatan UMKM di Sekitar Kampus UIN Sunan Gunung Djati Bandung?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka dapat diperoleh tujuan penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menguji pengaruh sertifikasi halal terhadap pendapatan UMKM di Sekitar Kampus UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
2. Untuk mengetahui dan menguji pengaruh *digital payment* terhadap pendapatan UMKM di Sekitar Kampus UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
3. Untuk mengetahui dan menguji pengaruh *digital marketing* terhadap pendapatan UMKM di Sekitar Kampus UIN Sunan Gunung Djati Bandung.
4. Untuk mengetahui dan menguji pengaruh sertifikasi halal, *digital payment*, dan *digital marketing* secara simultan terhadap pendapatan UMKM di Sekitar Kampus UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan di atas, maka dapat diperoleh manfaat penelitian ini sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

a. Bagi Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah

Penelitian ini bisa dijadikan rujukan referensi untuk penelitian selanjutnya juga bisa dijadikan sebagai kajian pustaka ataupun tambahan pengetahuan bagi yang ingin meneliti mengenai pendapatan UMKM.

b. Bagi Masyarakat

Penelitian ini bisa dijadikan sebagai informasi mengenai pengaruh sertifikasi halal, *digital payment* dan *digital marketing* terhadap pendapatan UMKM dengan bukti data yang nyata.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Sebagai rujukan untuk pihak yang ingin meneliti lebih lanjut mengenai topik yang sama.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Pelaku UMKM

Peneliti berharap hasil penelitian ini bisa bermanfaat bagi kemajuan UMKM dan kesejahteraan bagi para pelakunya.

b. Bagi Kementrian Koperasi dan UMKM serta Kementrian Perdagangan

Penelitian ini bisa dijadikan referensi dan evaluasi untuk terus memperbaiki keadaan UMKM Indonesia bagi Kemenkop RI dan evaluasi dalam mengembangkan sertifikasi halal UMKM bagi Kemendag RI.