

MODEL INTEGRATIF PENGARUH SERTIFIKASI HALAL, LITERASI KEUANGAN SYARIAH, DAN ADOPSI DIGITAL TERHADAP KINERJA DAN DAYA SAING UMKM HALAL DI YOGYAKARTA

Oleh:
Shulhah Nurullaily

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Jl. Marsda Adisucipto No.1, Papringan, Caturtunggal, Kec. Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa
Yogyakarta 55281

e-mail: shulhah.nurullaily@uin-suka.ac.id

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of halal certification, sharia financial literacy, and digital adoption on the performance and competitiveness of halal MSMEs in Yogyakarta, as well as to develop an integrative model for sustainable halal MSME development. This study uses a quantitative approach with a cross-sectional explanatory survey design. The sampling technique used purposive sampling with certain criteria. Data collection was carried out from two main sources: primary data and secondary data. Data analysis used multiple linear regression analysis methods processed using SPSS. The results show that halal certification and digital adoption have a positive but insignificant influence on the performance of halal MSMEs in Yogyakarta. Meanwhile, sharia financial literacy does not significantly influence the performance of halal MSMEs in Yogyakarta. Halal certification, Sharia financial literacy, and digital adoption simultaneously have a significant influence on the performance of halal MSMEs in Yogyakarta. The performance of halal MSMEs is systemic and multidimensional, so it can only be understood through an integrative approach that combines regulatory factors (halal certification), internal capabilities (sharia financial literacy), and technology (digital adoption).

Keywords: Halal Certification, Sharia Financial Literacy, Digital Adoption, and Performance of Halal MSMEs

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh sertifikasi halal, literasi keuangan syariah, dan adopsi digital terhadap kinerja dan daya saing UMKM halal di Yogyakarta, serta menyusun model integratif pengembangan UMKM halal yang berkelanjutan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain survei eksplanatori cross-sectional. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan kriteria tertentu. Pengumpulan data dilakukan melalui dua sumber utama yaitu data primer dan data sekunder. Analisis data menggunakan metode analisis regresi linier berganda yang diolah menggunakan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sertifikasi halal dan adopsi digital memiliki pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kinerja UMKM halal di Yogyakarta. Sedangkan literasi keuangan syariah tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM halal di Yogyakarta. Sertifikasi halal, literasi keuangan syariah, dan adopsi digital secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM halal di Yogyakarta. Kinerja UMKM halal bersifat sistemik dan multidimensional, sehingga

hanya dapat dipahami melalui pendekatan integratif yang menggabungkan faktor regulatif (sertifikasi halal), kapabilitas internal (literasi keuangan syariah), dan teknologi (adopsi digital).

Kata Kunci: Sertifikasi Halal, Literasi Keuangan Syariah, Adopsi Digital, dan Kinerja UMKM Halal

PENDAHULUAN

Industri halal global telah berkembang menjadi salah satu sektor ekonomi dengan pertumbuhan tercepat di dunia. Laporan internasional menunjukkan bahwa nilai pasar halal global diproyeksikan melampaui USD 3 triliun pada tahun 2025, mencakup sektor makanan dan minuman, fesyen, kosmetik, farmasi, pariwisata, serta layanan keuangan syariah. Dalam struktur industri tersebut, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) halal berperan sebagai aktor utama dalam rantai nilai halal global, khususnya di negara-negara dengan populasi Muslim besar. Penelitian lintas negara menegaskan bahwa penguatan UMKM halal merupakan kunci peningkatan daya saing ekonomi halal nasional, sebagaimana ditunjukkan oleh keberhasilan Malaysia dalam mengintegrasikan sertifikasi halal, pembiayaan syariah, dan transformasi digital UMKM (Ab Talib et al., 2017).

Indonesia memiliki potensi ekonomi halal yang sangat besar, baik dari sisi jumlah penduduk Muslim maupun jumlah UMKM. Pemerintah Indonesia telah menempatkan ekonomi halal sebagai agenda strategis nasional melalui Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia (MEKSI) 2019-2024, dengan target menjadikan Indonesia sebagai salah satu pusat produsen halal dunia (Frendy Ahmad Afandi & Lestari, 2025). Komitmen tersebut diperkuat dengan implementasi Undang-Undang Jaminan Produk Halal dan PP No. 39 Tahun 2021, serta program afirmatif seperti Sertifikasi Halal Gratis (SEHATI) bagi UMKM.

Dalam konteks daerah, Daerah Istimewa Yogyakarta memiliki posisi strategis sebagai pusat ekonomi kreatif, pendidikan, dan pariwisata berbasis budaya. Struktur ekonomi Yogyakarta didominasi oleh UMKM, khususnya pada sektor makanan dan minuman, fesyen, serta jasa pariwisata yang memiliki keterkaitan erat dengan pasar halal. Meskipun demikian, kondisi empiris menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi dan kinerja UMKM halal. Jumlah UMKM yang telah tersertifikasi halal masih relatif rendah, akses terhadap pembiayaan syariah belum optimal, serta tingkat adopsi teknologi digital belum merata, terutama pada usaha mikro dan kecil (Maskuri et al., 2024).

Literatur menunjukkan bahwa sertifikasi halal berfungsi sebagai sinyal kualitas dan kepatuhan syariah yang mampu meningkatkan kepercayaan konsumen, reputasi usaha, dan akses pasar UMKM (Zakaria et al., 2018). Namun, pada level UMKM mikro dan kecil, sertifikasi halal sering kali dipersepsikan sebagai beban biaya dan administratif, sehingga dampaknya terhadap kinerja menjadi tidak optimal apabila tidak didukung oleh kapabilitas internal dan ekosistem pendukung (Astiwaru, 2024). Kondisi ini menunjukkan bahwa sertifikasi halal tidak dapat dipahami secara terpisah dari faktor internal UMKM dan lingkungan bisnisnya.

Salah satu faktor internal yang krusial adalah literasi keuangan syariah. Literasi keuangan syariah mencakup pemahaman akad, pengelolaan keuangan sesuai prinsip syariah, serta kemampuan mengakses pembiayaan syariah (Al Farisi et al., 2024). Dalam perspektif *Resource-Based View* (RBV), literasi keuangan syariah merupakan sumber daya tak berwujud yang menentukan kemampuan UMKM dalam mengelola modal, mengambil keputusan finansial, dan menjaga keberlanjutan usaha. Namun, berbagai penelitian di Indonesia menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan syariah UMKM masih relatif

rendah dan belum sepenuhnya diterjemahkan menjadi akses pembiayaan syariah yang efektif (Suwarsi et al., 2022).

Selain itu, transformasi digital menjadi determinan penting daya saing UMKM di era ekonomi modern. Adopsi e-commerce, media sosial, dan sistem pembayaran digital terbukti meningkatkan efisiensi operasional dan jangkauan pasar UMKM (Rahayu & Day, 2017). Dalam konteks UMKM halal, digitalisasi juga berperan dalam meningkatkan transparansi informasi produk dan memperkuat citra halal. Namun demikian, adopsi digital UMKM di Yogyakarta masih menghadapi kendala berupa kesenjangan literasi digital, keterbatasan infrastruktur, dan kapasitas organisasi yang beragam.

Permasalahan utama yang muncul adalah bahwa sertifikasi halal, literasi keuangan syariah, dan adopsi digital masih berjalan secara parsial, padahal secara konseptual ketiganya bersifat saling melengkapi. Sertifikasi halal berfungsi sebagai sinyal eksternal kepada pasar, literasi keuangan syariah membentuk kapabilitas internal UMKM, dan adopsi digital merepresentasikan respons teknologi terhadap tekanan lingkungan. Dengan demikian, ketiga faktor tersebut seharusnya dipahami sebagai mekanisme yang saling memperkuat dalam menentukan kinerja UMKM halal, bukan sebagai variabel yang berdiri sendiri.

Meskipun penelitian terdahulu telah banyak mengkaji pengaruh masing-masing faktor tersebut secara individual, penelitian yang menguji efek sinergis sertifikasi halal, literasi keuangan syariah, dan adopsi digital dalam satu model empiris masih sangat terbatas, terutama pada konteks UMKM halal lokal. Kesenjangan ini menjadi semakin penting mengingat UMKM halal memiliki karakteristik unik berupa *dual market orientation* (pasar domestik, pariwisata, dan potensi ekspor), *dual compliance* (kepatuhan syariah dan regulasi nasional), serta *dual constraint* (keterbatasan sumber daya dan kompleksitas regulasi).

Oleh karena itu, penelitian ini difokuskan pada UMKM halal di Daerah Istimewa Yogyakarta dengan tujuan menganalisis pengaruh sertifikasi halal, literasi keuangan syariah, dan adopsi digital terhadap kinerja UMKM halal secara simultan menggunakan pendekatan kuantitatif berbasis Partial Least Squares–Structural Equation Modeling (PLS-SEM) (Nang & Law, 2014). Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis melalui pengembangan model integratif berbasis Teori Sinyal, Resource-Based View, dan Technology–Organization–Environment (TOE) framework, serta kontribusi praktis berupa rekomendasi kebijakan daerah yang lebih terarah dan berbasis bukti empiris.

TINJAUAN PUSTAKA

Sertifikasi Halal

Sertifikasi halal merupakan proses penilaian dan pengakuan resmi terhadap kehalalan suatu produk, yang mencakup bahan baku, proses produksi, penyimpanan, distribusi, hingga sistem jaminan halal yang diterapkan oleh pelaku usaha (Warto & Samsuri, 2020). Sertifikasi ini dilakukan oleh lembaga berwenang guna memastikan bahwa produk telah memenuhi ketentuan syariat Islam dan standar halal yang ditetapkan secara nasional maupun internasional (Aisyah et al., 2025).

Tujuan utama sertifikasi halal adalah memberikan kepastian hukum dan syariah kepada konsumen bahwa produk yang dikonsumsi sesuai dengan prinsip halal dan *thayyib*. Kepastian ini berfungsi melindungi konsumen dari informasi yang menyesatkan sekaligus meningkatkan kepercayaan publik terhadap produk halal (Ayu Widyaningsih, 2023). Selain itu, sertifikasi halal bertujuan untuk meningkatkan daya saing pelaku usaha, khususnya UMKM, melalui penguatan reputasi produk dan perluasan akses pasar.

Mekanisme sertifikasi halal umumnya melibatkan beberapa tahapan utama, yaitu:

- a. Pendaftaran dan pengajuan dokumen oleh pelaku usaha;
- b. Pemeriksaan dokumen dan audit lapangan terhadap bahan baku serta proses produksi;
- c. Penetapan status kehalalan melalui sidang atau keputusan lembaga berwenang; dan
- d. Penerbitan sertifikat halal serta pengawasan berkelanjutan.(Syukur et al., 2024)

Adapun terdapat beberapa manfaat Sertifikasi Halal bagi UMKM, antara lain:

1. Meningkatkan Kepercayaan Konsumen
2. Diferensiasi Produk
3. Akses Pasar Domestik
4. Akses Pasar Global

Literasi Keuangan Syariah

Literasi keuangan syariah merupakan suatu bentuk pengetahuan, pemahaman, dan keterampilan yang dimiliki individu atau pelaku usaha mengenai prinsip, produk, dan praktik keuangan yang sesuai dengan syariat Islam. Literasi ini tidak hanya mencakup aspek pengetahuan umum keuangan, tetapi juga pemahaman terhadap nilai-nilai dan prinsip syariah dalam aktivitas keuangan, seperti larangan riba, gharar (ketidakpastian berlebihan), dan maysir (spekulasi), serta penerapan konsep bagi hasil dan keadilan dalam transaksi.(Ruwaidah, 2020)

Berikut adalah beberapa komponen literasi keuangan syariah, yaitu:

1. Pemahaman terhadap Jenis-Jenis Akad Syariah
Komponen utama literasi keuangan syariah adalah pemahaman terhadap berbagai akad yang digunakan dalam produk dan layanan keuangan Islam, seperti mudharabah (bagi hasil), musarakah (kemitraan), murabahah (jual beli dengan margin), ijarah (sewa), serta akad syariah lainnya. Pemahaman yang baik terhadap akad memungkinkan individu atau pelaku UMKM untuk membedakan produk keuangan syariah dari produk konvensional, memahami hak dan kewajiban masing-masing pihak, serta memilih produk yang paling sesuai dengan kebutuhan usaha dan tujuan syariah.
2. Kemampuan Mengelola Keuangan Sesuai Prinsip Syariah
Komponen berikutnya adalah kemampuan individu dalam mengelola keuangan pribadi maupun usaha dengan menerapkan prinsip-prinsip syariah, seperti menghindari riba, gharar, dan praktik yang tidak etis. Literasi yang baik dalam aspek ini membantu masyarakat dan pelaku UMKM untuk menjalankan aktivitas ekonomi secara etis, bertanggung jawab, dan berkelanjutan. Selain itu, pengelolaan keuangan yang sesuai syariah juga berkontribusi pada peningkatan stabilitas keuangan dalam jangka panjang.
3. Pemahaman terhadap Akses Pembiayaan Syariah
Literasi keuangan syariah juga mencakup pemahaman mengenai mekanisme, persyaratan, manfaat, serta kewajiban dalam produk pembiayaan syariah yang ditawarkan oleh lembaga keuangan seperti bank syariah, fintech syariah, dan koperasi syariah. Pemahaman ini penting agar pelaku usaha dapat memanfaatkan pembiayaan secara optimal dan sesuai dengan kapasitas usaha.
4. Perencanaan Keuangan Berkelanjutan Berbasis Syariah
Komponen terakhir adalah kemampuan melakukan perencanaan keuangan jangka panjang yang sejalan dengan prinsip syariah, meliputi pengelolaan tabungan, investasi halal, pembiayaan usaha, serta penyusunan strategi keuangan yang etis dan bertanggung jawab. Literasi dalam perencanaan keuangan berkelanjutan membantu individu dan UMKM dalam mengoptimalkan potensi pertumbuhan finansial tanpa melanggar prinsip-prinsip syariah.

Adopsi Digital

Adopsi digital pada UMKM merujuk pada proses penerimaan dan penggunaan teknologi digital dalam operasional bisnis, pemasaran, distribusi, transaksi, dan layanan pelanggan. Teknologi digital di sini mencakup penggunaan platform e-commerce, media sosial, sistem pembayaran digital, dan strategi digital marketing yang mendukung transformasi bisnis UMKM dari model konvensional ke model digital. Hal ini memungkinkan UMKM untuk beroperasi secara lebih efisien, responsif terhadap perubahan pasar, dan semakin kompetitif di era digital. (Sutanto et al., 2024)

E-commerce merupakan salah satu bentuk adopsi digital yang paling penting bagi UMKM karena memungkinkan transaksi jual beli barang dan jasa melalui internet. Dengan masuknya UMKM ke platform e-commerce, pelaku usaha dapat memperluas pasar secara geografis, menjangkau konsumen baru, dan mengintegrasikan proses pemesanan serta pembayaran secara digital (Fenny Purwani et al., 2024).

Media sosial adalah kanal digital yang sangat berpengaruh dalam strategi pemasaran UMKM di era digital. Platform seperti Instagram, Facebook, TikTok, dan WhatsApp Business memungkinkan UMKM untuk membangun hubungan langsung dengan pelanggan, memperkenalkan produk, serta meningkatkan keterlibatan (*engagement*) audiens tanpa biaya iklan konvensional yang tinggi. (Ratnasari & Fachrian, 2025)

Sistem pembayaran digital seperti QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*), dompet elektronik, serta teknologi cashless lainnya merupakan bagian integral dari proses adopsi digital UMKM. Pembayaran digital menyediakan alternatif yang lebih cepat, aman, dan efisien dibandingkan transaksi tunai, serta menjadi faktor penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. (Siregar et al., 2025)

Digital marketing merupakan strategi bisnis digital dimana dalam digital marketing mencakup teknik pemasaran yang memanfaatkan berbagai saluran digital seperti iklan online, optimisasi mesin pencari (SEO), email marketing, serta konten kreatif di media sosial. Strategi ini terbukti efektif dalam meningkatkan visibilitas dan daya saing UMKM, terutama dalam menjangkau segmen pasar yang lebih luas dengan biaya yang lebih rendah dibandingkan pemasaran tradisional. (Yola Roudhatun Ainy, 2025)

Kinerja UMKM Halal

Kinerja UMKM halal merupakan gambaran tingkat pencapaian usaha dalam mencapai tujuan ekonomi dan keberlanjutan bisnis yang tidak hanya diukur melalui indikator keuangan, tetapi juga mencakup aspek non-keuangan seperti kepuasan pelanggan dan daya saing produk. Dalam konteks UMKM halal, kinerja usaha juga mencerminkan keberhasilan penerapan nilai-nilai syariah, kepatuhan terhadap standar halal, serta kemampuan adaptasi terhadap perubahan lingkungan bisnis, termasuk digitalisasi dan persaingan pasar.

Pendekatan *Balanced Scorecard* (BSC) digunakan untuk mengukur kinerja UMKM halal secara komprehensif karena mampu mengintegrasikan indikator keuangan (pertumbuhan omzet dan profitabilitas) dengan indikator non-keuangan (kepuasan pelanggan dan daya saing produk), sehingga memberikan gambaran kinerja usaha yang lebih holistik dan berkelanjutan. (Hidayatullah et al., 2025)

Berikut adalah beberapa indikator keuangan dan non-keuangan untuk mengukur kinerja UMKM halal, yaitu:

1. Pertumbuhan Omzet

Pertumbuhan omzet merupakan indikator keuangan dalam mengukur kinerja keuangan UMKM halal. Pertumbuhan omzet mencerminkan kemampuan usaha dalam meningkatkan volume penjualan, memperluas basis pelanggan, serta mempertahankan stabilitas pendapatan di tengah dinamika pasar dan tingkat persaingan yang semakin tinggi.

2. Profitabilitas

Profitabilitas merupakan indikator keuangan dalam mengukur kinerja keuangan UMKM halal. Profitabilitas mencerminkan kemampuan UMKM halal dalam menghasilkan laba dari aktivitas operasionalnya secara efisien dan berkelanjutan. Indikator ini menilai sejauh mana usaha mampu mengelola biaya produksi, menjaga margin keuntungan, serta menggunakan dana usaha secara produktif.

3. Kepuasan Pelanggan

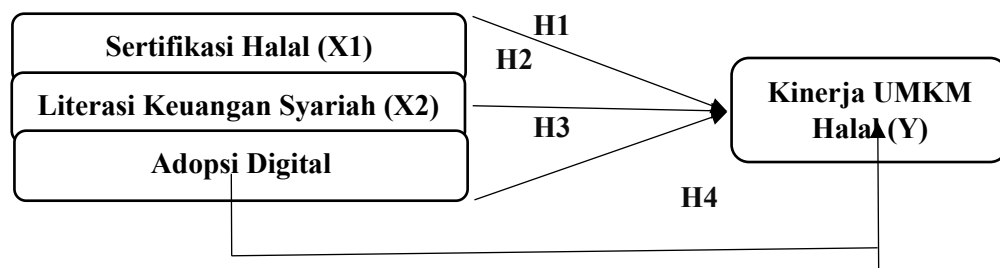
Kepuasan pelanggan merupakan indikator non-keuangan yang sangat penting dalam pengukuran kinerja UMKM halal. Kepuasan ini mencerminkan persepsi konsumen terhadap kualitas produk, layanan, serta jaminan kehalalan yang diberikan oleh pelaku usaha.

4. Daya Saing Produk

Daya saing produk merupakan indikator non-keuangan dalam mengukur kinerja keuangan UMKM halal. Daya saing produk menggambarkan kemampuan UMKM halal dalam mempertahankan dan meningkatkan posisinya di pasar dibandingkan dengan produk pesaing, baik produk halal maupun non-halal. Indikator ini mencakup keunikan produk, kemampuan inovasi, pembaruan produk atau kemasan, serta pengakuan pasar terhadap kualitas dan identitas produk halal.

Berdasarkan indikator pertumbuhan omzet, profitabilitas, kepuasan pelanggan, dan daya saing produk, kinerja UMKM halal dapat dipahami sebagai hasil integrasi antara pencapaian finansial dan keunggulan non-finansial yang saling memperkuat. Perspektif keuangan mencerminkan hasil usaha yang dicapai, sedangkan perspektif non-keuangan berperan sebagai faktor pendorong keberlanjutan kinerja di masa depan.

Kerangka Konseptual



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Hipotesis Penelitian

H1: Sertifikasi halal berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM halal.

H2: Literasi keuangan syariah berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM halal.

H3: Adopsi digital berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM halal.

H4: Sertifikasi halal, literasi keuangan syariah, dan adopsi digital secara simultan berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM halal.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain survei eksplanatori cross-sectional melalui kuesioner kepada pelaku UMKM halal di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY), dengan analisis data menggunakan SPSS untuk menguji hubungan kausal antarvariabel secara statistik. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh UMKM halal di Daerah Istimewa Yogyakarta. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive

sampling, dengan kriteria sampel meliputi, lokasi, sektor industri halal, usia usaha minimal dua tahun, status sertifikasi halal, dan kesediaan responden. Instrumen penelitian yang digunakan adalah kuesioner terstruktur dengan skala Likert lima poin, mulai dari 1 = sangat tidak setuju hingga 5 = sangat setuju. Kuesioner disusun berdasarkan indikator variabel yang telah divalidasi dalam penelitian terdahulu. Uji validitas dilakukan menggunakan korelasi *Pearson Product Moment*, sedangkan uji reliabilitas menggunakan koefisien *Cronbach's Alpha* dengan nilai minimum 0,70 sebagai indikator reliabel (Ghozali, 2021). Pengumpulan data dilakukan melalui dua sumber utama yaitu data primer dan data sekunder. Analisis data dilakukan menggunakan SPSS dengan tahapan berikut, uji statistik deskriptif, uji kualitas data (validitas dan reliabilitas), uji asumsi klasik (normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, analisis regresi linier berganda, uji parsial (uji t), uji simultan (uji f), koefisien determinasi (R^2).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif

Tabel 1. Hasil Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Standart Deviation
Sertifikasi Halal	16	3.00	5.00	4.4344	.53189
Literasi Keuangan Syariah	16	3.00	5.00	4.0000	.56510
Adopsi Digital	16	2.50	5.00	3.6469	.72491
Kinerja UMKM Halal	16	2.65	5.00	3.9219	.59413
Valid N (listwise)	16				

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2026)

Dari 16 sampel yang digunakan, variabel sertifikasi halal memiliki nilai rata-rata hitung (mean) sebesar 4,4344 dengan standar deviasi 0,53189. Dengan nilai minimum sebesar 3,00 dan nilai maksimum sebesar 5,00. Kondisi ini menunjukkan bahwa data variabel sertifikasi halal mengindikasikan penyebaran data secara normal atau baik.

Dari 16 sampel yang digunakan, variabel literasi keuangan syariah memiliki nilai rata-rata hitung (mean) sebesar 4,0000 dengan standar deviasi 0,56510. Dengan nilai minimum sebesar 3,00 dan nilai maksimum sebesar 5,00. Kondisi ini menunjukkan bahwa data variabel literasi keuangan syariah mengindikasikan penyebaran data secara normal atau baik.

Dari 16 sampel yang digunakan, variabel adopsi digital memiliki nilai rata-rata hitung (mean) sebesar 3,6469 dengan standar deviasi 0,72491. Dengan nilai minimum sebesar 2,50 dan nilai maksimum sebesar 5,00. Kondisi ini menunjukkan bahwa data variabel adopsi digital mengindikasikan penyebaran data secara normal atau baik.

Dari 16 sampel yang digunakan, variabel kinerja UMKM halal memiliki nilai rata-rata hitung (mean) sebesar 3,9219 dengan standar deviasi 0,59413. Dengan nilai minimum sebesar 2,65 dan nilai maksimum sebesar 5,00. Kondisi ini menunjukkan bahwa data variabel kinerja UMKM halal mengindikasikan penyebaran data secara normal atau baik.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Tabel 2. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Variabel	Indikator	Item	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha	Hasil
Sertifikasi Halal	Kejelasan Label Halal	SH1	0,688	0,962	Valid
		SH2	0,444		
		SH3	0,780		
		SH4	0,531		
		SH5	0,831		
	Kepercayaan Konsumen	SH6	0,801		
		SH7	0,906		
		SH8	0,853		
		SH9	0,853		
		SH10	0,738		
	Peningkatan Akses Pasar	SH11	0,933		
		SH12	0,638		
		SH13	0,695		
		SH14	0,525		
		SH15	0,774		
	Kepatuhan Terhadap Regulasi	SH16	0,953		
		SH17	0,831		
		SH18	0,717		
		SH19	0,875		
		SH20	0,829		
Literasi Keuangan Syariah	Pemahaman Akad Syariah	LKS1	0,539	0,928	Valid
		LKS2	0,765		
		LKS3	0,354		
		LKS4	0,799		
		LKS5	0,762		
	Pengelolaan Keuangan Syariah	LKS6	0,694		
		LKS7	0,694		
		LKS8	0,503		
		LKS9	0,539		
		LKS10	0,313		
	Kemampuan Akses Pembiayaan Syariah	LKS11	0,792		
		LKS12	0,691		
		LKS13	0,690		
		LKS14	0,651		
		LKS15	0,737		
	Perencanaan Keuangan	LKS16	0,590		
		LKS17	0,553		
		LKS18	0,611		
		LKS19	0,565		

Variabel	Indikator	Item	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha	Hasil
Adopsi Digital	Penggunaan Media Sosial	LKS20	0,611	0,949	Valid
		AD1	0,537		
		AD2	0,546		
		AD3	0,787		
		AD4	0,648		
		AD5	0,795		
	Pemanfaatan E-Commerce	AD6	0,871		
		AD7	0,590		
		AD8	0,566		
		AD9	0,652		
		AD10	0,653		
	Sistem Pembayaran Digital	AD11	0,840		
		AD12	0,748		
		AD13	0,793		
		AD14	0,548		
		AD15	0,813		
	Digital Marketing	AD16	0,522		
		AD17	0,668		
		AD18	0,762		
		AD19	0,813		
		AD20	0,723		
Kinerja UMKM Halal	Pertumbuhan Omzet	KUH1	0,746	0,959	Valid
		KUH2	0,746		
		KUH3	0,809		
		KUH4	0,809		
		KUH5	0,576		
	Profitabilitas	KUH6	0,682		
		KUH7	0,665		
		KUH8	0,865		
		KUH9	0,628		
		KUH10	0,953		
	Kepuasan Pelanggan	KUH11	0,791		
		KUH12	0,773		
		KUH13	0,809		
		KUH14	0,698		
		KUH15	0,800		
	Daya Saing Produk	KUH16	0,770		
		KUH17	0,705		
		KUH18	0,739		
		KUH19	0,475		
		KUH20	0,740		

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2026)

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha di atas 0,90, yaitu:

- a. Sertifikasi halal (X1) = 0,962
- b. Literasi keuangan syariah (X2) = 0,928
- c. Adopsi digital (X3) = 0,949
- d. Kinerja UMKM halal (Y) = 0,959

Nilai tersebut menunjukkan bahwa seluruh instrumen berada pada kategori sangat reliabel, sehingga item pertanyaan memiliki tingkat konsistensi internal yang sangat baik dan layak digunakan untuk analisis regresi lanjutan.

Uji Multikolinearitas

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas				
		<i>Collinearity Statistics</i>		Keterangan
Model		<i>Tolerance</i>	VIF	
1	(Constant)			
	Sertifikasi Halal	,558	1,792	Tidak Terjadi Multikolinieritas
	Literasi Keuangan Syariah	,314	3,181	Tidak Terjadi Multikolinieritas
	Adopsi Digital	,421	2,375	Tidak Terjadi Multikolinieritas

a. *Dependent Variable:* Kinerja UMKM Halal

Sumber; Data diolah oleh peneliti (2026)

Berdasarkan tabel 3 di atas, menunjukkan bahwa nilai tolerance variabel sertifikasi halal, literasi keuangan syariah, dan adopsi digital > 0,10, ini membuktikan bahwa tidak terjadi multikolinearitas. Nilai VIF variabel sertifikasi halal, literasi keuangan syariah, dan adopsi digital < 10,00, ini membuktikan tidak adanya multikolinearitas.

Uji T (Parsial)

Tabel 4. Hasil Uji T (Parsial)				
Coefficients ^a				
Model		B	t	Sig
1	(Constant)			
	Sertifikasi Halal	,461	1,594	,137
	Literasi Keuangan Syariah	,028	0,077	,940
	Adopsi Digital	,344	1,411	,184
a. Dependent Variable: Kinerja UMKM Halal				

a. *Dependent Variable:* Kinerja UMKM Halal

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2026)

Berdasarkan tabel 4 di atas, menunjukkan bahwa

1. Sertifikasi halal (X1) memiliki koefisien regresi positif sebesar 0,461, dengan nilai signifikansi 0,137 > 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun sertifikasi halal berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM halal, pengaruh tersebut belum signifikan secara statistik, sehingga hipotesis H1 tidak didukung pada sampel penelitian ini.
2. Literasi keuangan syariah (X2) memiliki koefisien regresi sebesar 0,028 dengan nilai signifikansi sebesar 0,940 > 0,05, yang menunjukkan tidak adanya pengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM halal. Dengan demikian, hipotesis H2 ditolak. Temuan ini mengindikasikan bahwa pemahaman keuangan syariah yang tinggi belum tentu langsung berdampak pada kinerja usaha jika tidak diiringi dengan implementasi manajerial yang efektif (Firmansyah & Andriansyah, 2021).
3. Adopsi digital (X3) memiliki koefisien regresi positif sebesar 0,344 dengan nilai signifikansi sebesar 0,184 > 0,05. Artinya, meskipun adopsi digital berpengaruh positif

terhadap kinerja UMKM halal, pengaruh tersebut belum signifikan secara statistik, sehingga hipotesis H3 tidak didukung pada sampel penelitian ini. Kondisi ini sejalan dengan literatur yang menyebutkan bahwa digitalisasi UMKM sering kali membutuhkan waktu, skala usaha, dan kesiapan SDM agar dampaknya terhadap kinerja dapat dirasakan secara signifikan (Rahayu & Day, 2017; OECD, 2021).

Uji F (Simultan)

Tabel 5. Hasil Uji F (Simultan)						
Anova						
	Model	Sum of square	df	Mean square	F	Sig.
1	Regression	2.925	3	.975	4.936	.019
	Residual	2.370	12	.198		
	Total	5.295	15			
a. Dependent variabel: Kinerja UMKM Halal						
b. Predictors: (Constant), Sertifikasi Halal, Literasi Keuangan Syariah, Adopsi Digital						

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2026)

Berdasarkan tabel 5 di atas, dapat diketahui bahwa nilai F hitung sebesar 4,936 dengan tingkat signifikansi $0,019 < 0,05$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa secara simultan sertifikasi halal, literasi keuangan syariah, dan adopsi digital berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM halal, sehingga hipotesis H4 diterima. Temuan ini memperkuat pandangan bahwa kinerja UMKM halal merupakan hasil dari kombinasi faktor institusional, kapabilitas keuangan, dan transformasi digital yang saling melengkapi (Kaplan & Norton, 2001; Vial, 2019).

Koefisien Determinasi

Tabel 6. Hasil Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.743a	.552	.440	.44442
a. Predictors: (Constant), Sertifikasi Halal, Literasi Keuangan Syariah, Adopsi Digital				
b. Dependent Variable: Kinerja UMKM Halal				

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2026)

Berdasarkan tabel 6 diatas, diketahui bahwa nilai koefisien determinasi atau R Square 0,552. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel kinerja UMKM halal dapat dijelaskan oleh variabel sertifikasi halal, literasi keuangan syariah, dan adopsi digital yaitu sebesar 55,2%. Sedangkan untuk sisanya 44,8% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak masuk dalam model penelitian.

PEMBAHASAN

Pengaruh Sertifikasi Halal Terhadap Kinerja UMKM Halal di Yogyakarta

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa sertifikasi halal memiliki pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kinerja UMKM Halal di Yogyakarta. Hal ini dikarenakan adanya pergeseran fungsi sertifikasi halal, dari instrumen diferensiasi menjadi faktor legitimasi dasar (*legitimizing factor*). Dalam konteks DIY, tingginya tingkat adopsi

sertifikasi halal menyebabkan homogenisasi status halal di antara UMKM, sehingga daya pembeda sertifikasi terhadap kinerja menjadi melemah.

Hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (Dwilestari et al., 2025) menjelaskan bahwa sertifikasi halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM. Artinya, sertifikasi halal dapat meningkatkan kepercayaan konsumen, memperluas pasar, dan mendorong peningkatan penjualan.

Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Terhadap Kinerja UMKM Halal di Yogyakarta

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan syariah tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM halal di Yogyakarta. Hal ini dikarenakan adanya gap antara literasi kognitif dan literasi aplikatif. Pelaku UMKM mungkin telah memahami prinsip keuangan syariah secara konseptual, tetapi belum sepenuhnya menerjemahkannya ke dalam praktik manajerial yang berdampak langsung pada kinerja usaha.

Hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian oleh (Putri, 2022) mengemukakan bahwa literasi keuangan syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM. Hal ini berarti apabila tingkat literasi keuangan syariah seorang pemilik ataupun manajer sebuah UMKM, maka semakin tinggi kinerja yang dapat dicapai oleh UMKM tersebut.

Pengaruh Adopsi Digital Terhadap Kinerja UMKM Halal di Yogyakarta

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa adopsi digital memiliki pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kinerja UMKM Halal di Yogyakarta. Hal ini dikarenakan adopsi digital UMKM halal di Yogyakarta masih berada pada tahap awal (*early-stage adoption*), yang lebih menekankan aspek eksistensi digital dibandingkan optimalisasi nilai ekonomi.

Pengaruh Sertifikasi Halal, Literasi Keuangan Syariah, dan Adopsi Digital Terhadap Kinerja UMKM Halal di Yogyakarta

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa sertifikasi halal, literasi keuangan syariah dan adopsi digital secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM halal di Yogyakarta. Hal ini karena ketiganya saling melengkapi dalam memperkuat daya saing usaha. Sertifikasi halal meningkatkan kepercayaan dan minat beli konsumen, literasi keuangan syariah membantu pelaku UMKM mengelola keuangan dan pembiayaan sesuai prinsip syariah secara lebih efektif, sementara adopsi digital memperluas akses pasar serta meningkatkan efisiensi operasional. Kombinasi ketiga faktor ini secara bersama-sama mendorong peningkatan penjualan, keberlanjutan usaha, dan pertumbuhan UMKM halal.

Hal ini menunjukkan bahwa kinerja UMKM halal bersifat sistemik dan multidimensional, sehingga hanya dapat dipahami melalui pendekatan integratif yang menggabungkan faktor regulatif (sertifikasi halal), kapabilitas internal (literasi keuangan syariah), dan teknologi (adopsi digital).

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh beberapa kesimpulan utama sebagai berikut:

1. Sertifikasi halal memiliki pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kinerja UMKM halal di Yogyakarta. Hal ini dikarenakan sertifikasi halal pada konteks UMKM

- DIY telah menjadi faktor minimum requirement (*license to operate*), sehingga dampak diferensiasinya terhadap kinerja belum sepenuhnya terasa pada tingkat individu usaha.
2. Literasi keuangan syariah tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM halal di Yogyakarta. Hal ini dikarenakan adanya kesenjangan antara pengetahuan (*knowledge*) dan implementasi (*practice*) dalam pengelolaan keuangan usaha, sehingga literasi yang tinggi belum secara otomatis bertransformasi menjadi peningkatan kinerja.
 3. Adopsi digital memiliki pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap kinerja UMKM halal di Yogyakarta. Hal ini dikarenakan adopsi digital UMKM halal di DIY masih berada pada tahap awal (*early adoption*), sehingga manfaat ekonominya belum sepenuhnya terinternalisasi dalam kinerja keuangan dan non-keuangan.
 4. Sertifikasi halal, literasi keuangan syariah, dan adopsi digital secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM halal di Yogyakarta. Hal ini dikarenakan kinerja UMKM halal tidak dapat dijelaskan oleh satu faktor tunggal, melainkan merupakan hasil sinergi antara faktor kelembagaan, kapabilitas internal, dan pemanfaatan teknologi.

Saran

Pemerintah daerah dan lembaga terkait sebaiknya terus memperkuat program fasilitasi sertifikasi halal melalui pendampingan yang berkelanjutan dan penyederhanaan prosedur bagi UMKM. Selain itu, perlu ditingkatkan program edukasi dan pelatihan literasi keuangan syariah agar pelaku UMKM mampu mengelola keuangan usaha secara lebih profesional dan sesuai prinsip syariah. Di sisi lain, dukungan terhadap transformasi digital UMKM juga perlu diperluas melalui pelatihan pemasaran digital, penggunaan sistem pembayaran non-tunai, serta pemanfaatan marketplace. Bagi pelaku UMKM, diharapkan dapat lebih proaktif dalam meningkatkan kompetensi, memanfaatkan teknologi, serta menjaga konsistensi standar halal dalam proses produksi.

DAFTAR PUSTAKA

- Ab Talib, M. S., Ai Chin, T., & Fischer, J. (2017). Linking Halal food certification and business performance. *British Food Journal*, 119(7), 1606–1618. <https://doi.org/10.1108/BFJ-01-2017-0019>
- Aisyah, A. S., Pratama, L. R., Nugraha, H., & Miqdar, M. S. (2025). IMPLEMENTASI SERTIFIKASI HALAL INTERNASIONAL PADA PRODUKSI MAKANAN RINGAN SAJODO SNACK TASIKMALAYA. *Ekonom: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 5(2), 30–37. <https://doi.org/10.58432/ekonom.v5i2.1273>
- Al Farisi, M. S., Harsanto, M. F., Kumala, D., Wasan, G. H., Ferdinand, N., & Darmawan, A. (2024). Penguatan Literasi Keuangan Syariah Dalam Meningkatkan Kapasitas Bisnis UMKM Arba Farm Bogor. *Dinamika: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 134–140. <https://doi.org/10.56457/dinamika.v2i2.683>
- Astiwaru, E. M. (2024). WAJIB HALAL 2024 BAGI UMKM PANGAN: KESIAPAN DAN STRATEGI ADAPTASI. *Journal of Social and Economics Research*, 6(2), 1369–1384. <https://doi.org/10.54783/jser.v6i2.835>
- Ayu Widyaningsih, D. A. W. (2023). Sertifikasi Halal Perspektif Maqashid Syariah. *Falah Journal of Sharia Economic Law*, 4(1), 61–72. <https://doi.org/10.55510/fjhes.v4i1.224>

- Dwilestari, T., Amirullah, M., & Santika, G. (2025). Pengaruh Sertifikasi Halal dan Islamic Branding Terhadap Kinerja Umkm Di Kota Banjar. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(2), 6577–6585. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i2.1725>
- Fenny Purwani, Fatimah Azzahra, Muhammad Alfaaiz Ilham, & Ridho Dermawan. (2024). Implementasi E-commerce Berbasis Sistem Informasi untuk Meningkatkan Akses Pasar UMKM. *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, 4(1), 430–435. <https://doi.org/https://doi.org/10.56799/jceki.v4i1.6411>
- Frendy Ahmad Afandi, & Lestari, F. D. (2025). Ekonomi Syariah dan Industri Halal: Mesin Baru Pertumbuhan Ekonomi. *Jurnal Ekonomi Islam*, 7(3).
- Hidayatullah, A., Fitriana, G., Arianto, A. C., & Zubaidatul KS, L. (2025). Balanced Scorecard: Solusi Pengukuran Kinerja Terintegrasi Untuk Home Industri Raja Tape Bondowoso. *JAKUMA: Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Keuangan*, 6(1), 97–104. <https://doi.org/10.31967/jakuma.v6i2.1462>
- Maskuri, M. F., Febriyanto, A., Baroroh, H., & Nurullaily, S. (2024). Factors Affecting the Sustainability of Halal MSMEs in Yogyakarta: A Study on Literacy, Digitalization, and Fintech. *Diponegoro Journal of Economics*, 13(4), 37–56. <https://doi.org/10.14710/djoe.47679>
- Nang, L. H. F., & Law, R. (2014). A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM). *European Journal of Tourism Research*, 6(2), 211–213.
- Putri, M. N. (2022). Literasi Keuangan Syariah Dan Kinerja Umkm. *Milkiyah: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 1(2), 81–87. <https://doi.org/10.46870/milkiyah.v1i2.240>
- Rahayu, R., & Day, J. (2017). E-commerce adoption by SMEs in developing countries: evidence from Indonesia. *Eurasian Business Review*, 7(1), 25–41. <https://doi.org/10.1007/s40821-016-0044-6>
- Ratnasari, D., & Fachrian, Z. (2025). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Alat Komunikasi Bisnis untuk Meningkatkan Brand Awareness. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, 3(1), 30–41. <https://doi.org/10.61597/jbe-ogzrp.v3i1.85>
- Ruwaidah, S. H. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan Syariah dan Shariah Governance Terhadap Keputusan Mahasiswa dalam Menggunakan Jasa Perbankan Syariah. *Muhasabatuna: Jurnal Akuntansi Syariah*, 2(1), 79. <https://doi.org/10.54471/muhasabatuna.v2i1.706>
- Siregar, A. J., Aryani, A. D., Utami, D. A., Nurbaiti. (2025). PENERAPAN PENGGUNAAN PEMBAYARAN DIGITAL QRIS PADA UMKM. 3(1), 344–353. <https://doi.org/https://doi.org/10.61722/jssr.v3i1.3483>
- Sutanto, H., Jumaedi, J., Nurhaliza, E., & Mardiah, A. (2024). Pengaruh Adopsi Teknologi Digital dan Strategi Pemasaran Online Terhadap Kinerja Bisnis dalam Kewirausahaan di Indonesia. *Sanskara Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 3(01), 53–66.

<https://doi.org/10.58812/sek.v3i01.467>

- Suwarsi, A. A., Sharfina, A. G., & Anggraeni, A. (2022). Portrait of MSMEs' Islamic Financial Literacy and The Impact on Business Development. *Afkaruna: Indonesian Interdisciplinary Journal of Islamic Studies*, 18(1). <https://doi.org/10.18196/afkaruna.v18i1.12991>
- Syukur, M., Rosyidah, S., & Vernanda, Z. (2024). Aplikasi Sihalal Bpjh Dalam Percepatan Pengajuan Sertifikasi Produk Halal Bagi Ukm Desa Karanganyar Paiton. *Indo-Fintech Intellectuals: Journal of Economics and Business*, 4(6), 2970–2981. <https://doi.org/10.54373/ifijeb.v4i6.2307>
- Warto, W., & Samsuri, S. (2020). Sertifikasi Halal dan Implikasinya Bagi Bisnis Produk Halal di Indonesia. *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking*, 2(1), 98. <https://doi.org/10.31000/almaal.v2i1.2803>
- Yola Roudhatun Ainy. (2025). Effective Digital Marketing Strategies To Optimize Digital Business. *ORGANIZE: Journal of Economics, Management and Finance*, 4(1), 100–109. <https://doi.org/10.58355/organize.v4i1.118>
- Zakaria, Z., Abdul Majid, M. D., Ahmad, Z., Jusoh, Z., & Zakaria, N. Z. (2018). Influence of Halal certification on customers' purchase intention. *Journal of Fundamental and Applied Sciences*, 9(5S), 772. <https://doi.org/10.4314/jfas.v9i5s.55>