

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, M. (2016). Konsep Makanan Halal dalam Tinjauan Syariah dan Tanggung Jawab Produs Atas Produsen Industri Halal. *AHKAM : Jurnal Ilmu Syariah*, 16(2), 291–306. <https://doi.org/10.15408/ajis.v16i2.4459>
- Amer, M. (2023). Halal standards' implementation in Palestinian food sector: its drivers and impact on performance. *Arab Gulf Journal of Scientific Research*. <https://doi.org/10.1108/agjsr-09-2022-0168>
- Ayinaddis, S. G. (2023). The effect of innovation orientation on firm performance: evidence from micro and small manufacturing firms in selected towns of Awi Zone, Ethiopia. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 12(1). <https://doi.org/10.1186/s13731-023-00290-3>
- Azam, M. S. E., & ABDULLAH, M. A. (2020). Global Halal Industry: Realities and Opportunities. *International Journal of Islamic Business Ethics*, 5(1), 47. <https://doi.org/10.30659/ijibe.5.1.47-59>
- Azmi, F. R., Abdullah, A., Bakri, M. H., Musa, H., & Jayakrishnan, M. (2018). The adoption of halal food supply chain towards the performance of food manufacturing in Malaysia. *Management Science Letters*, 8(7), 755–766. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2018.5.010>
- Bank Indonesia. (2023). Survei Penjualan Eceran. In *Bi.Go.Id*. <https://www.bi.go.id/id/publikasi/laporan/Pages/SPE-Juli-2023.aspx>
- BPJPH. (2023). *Data Sertifikasi Halal*. Olap.Halal.Go.Id. <http://olap.halal.go.id/public/dashboard/093da78f-f565-4b0d-852e-cad626a8f999>
- PP No 7 Tahun 2021 tentang Kemudahan, Perlindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. <https://peraturan.bpk.go.id/Details/161837/pp-no-7-tahun-2021>
- Darmawan, A., Handayani, E., Wibowo, H., Tubastuvi, N., & Pratama, B. C. (2021). *Kewirausahaan : Inovasi dan Legalitas Bisnis* (T. Haryanto (ed.); 1st ed.). UM Purwokerto Press (Anggota APPTI).
- databoks.katadata.go.id. (2020). *10 Sektor Usaha dengan Jumlah Industri Mikro-Kecil Terbanyak di Indonesia (2020)*. Databoks.Katadata.Go.Id.

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/30/mayoritas-industri-mikro-kecil-bergerak-di-sektor-makanan>

- Daud, I., Nurjannah, D., Mohyi, A., Ambarwati, T., Cahyono, Y., Haryoko, A. D. E., Handoko, A. L., Putra, R. S., Wijoyo, H., Ari-Yanto, A., & Jihadi, M. (2022). The effect of digital marketing, digital finance and digital payment on finance performance of Indonesian SMEs. *International Journal of Data and Network Science*, 6(1), 37–44. <https://doi.org/10.5267/J.IJDNS.2021.10.006>
- Dewan Riset Daerah Jakarta. (2019). *Jakarta Siap Menjadi Pusat Ekonomi, Bisnis Dan Riset Internasional*. Drdjakarta.Id. 9 Oktober 2023
- Dinar Standard. (2022). State of the Global Islamic Economy Report: Unlocking Opportunity. In *State of the Global Islamic Economy Report 2020/21*. <https://haladinar.io/hdn/doc/report2018.pdf>
- UU Republik Indonesia No 33 Tentang Jaminan Produk Halal, Pub. L. No. UU No 33 Tahun 2014 (2014). <https://www.dpr.go.id/dokjdih/document/uu/1615.pdf>
- Duli, N. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data dengan SPSS* (1st ed.). Deepublish.
- Elida, T., & Raharjo, A. (2019). *Pemasaran Digital* (A. M. Sari (ed.); 1st ed.). PT Penerbit IPB Press.
- Fathoni, M. A. (2020). Potret Industri Halal Indonesia: Peluang dan Tantangan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(3), 428. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i3.1146>
- Fauzi, A., & Hidayat, R. N. (2020). *Manajemen Kinerja* (1st ed.). Airlangga University Press.
- Febriyani, D. (2022). Penguatan UMKM Upaya Peningkatan Industri Halal Di Indonesia. *Tazkiyya: Jurnal Keislaman, Kemasyarakatan Dan Kebudayaan*, 23(1), 13–22.
- Fred, & Agus. (2021). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Ekonomi, Sosiologi, Komunikasi, Administrasi, Pertanian, dan Lainnya* (Basri (ed.); 2nd ed.). K E N C A N A.
- Giantari, I. G. A. K., Yasa, N. N. K., Suprasto, H. B., & Rahmayanti, P. L. D. (2022). The role of digital marketing in mediating the effect of the COVID-19 pandemic and the intensity of competition on business performance.

- International Journal of Data and Network Science*, 6(1), 217–232.
<https://doi.org/10.5267/J.IJDNS.2021.9.006>
- Hanifah, & Sari, L. P. (2022). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Sertifikasi Halal Terhadap Loyalitas Merek Pada Zoya. *Islamic Economics and Business Review*, 1(1), 45–58.
- Hardani. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif* (H. Abadi (ed.); 1st ed.). CV. Pustaka Ilmu Group Yogyakarta.
- Hartanto, H. Y. (2022). Analisis pengaruh penggunaan media terhadap kinerja Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi (JMBI UNSRAT)*, 9(1), 323–334.
- Indriastuti, M., & Kartika, I. (2022). The Impact of Digitalization on MSMEs' Financial Performance: The Mediating Role of Dynamic Capability. *Jurnal Economia*, 18(2), 240–255. <https://journal.uny.ac.id/index.php/economia>
- Irwan, Andari, & Mukmin. (2020). ANALISIS PENGARUH ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DAN PASAR SERTA INOVASI TERHADAP KINERJA EKONOMI PRODUKTIF KELOMPOK USAHA BERSAMA (UEP KUBE) DI KOTA BUKITTINGGI SUMATRERA BARAT. *Jurnal Sosial Humaniora*, 11(1). <https://core.ac.uk/reader/323490840>
- Jubaedah, S., & Destiana, R. (2016). Kinerja Keuangan UMKM di Kabupaten Cirebon Sebelum dan Sesudah Mendapatkan Pembiayaan Syariah. *Jrka*, 2(2), 93–103.
- Jumena, E. (2023). *UMKM Makanan dan Minuman Keluhkan Penurunan Omzet: Kacau, Malah Lebih Parah dari Masa Pandemi*. Money.Kompas.Com. <https://money.kompas.com/read/2023/08/10/154000726/umkm-makanan-dan-minuman-keluhkan-penurunan-omzet--kacau-malah-lebih-parah?page=all>
- Jung, S. U., & Shegai, V. (2023). The Impact of Digital Marketing Innovation on Firm Performance: Mediation by Marketing Capability and Moderation by Firm Size. *Sustainability (Switzerland)*, 15(7). <https://doi.org/10.3390/su15075711>
- Jusufi, A. (2023). Relationship Between Innovation and Financial Performance in

- the Global Environment of Exporting Companies. *Journal of Liberty and International Affairs, Institute for Research and European Studies - Bitola*, 9(2), 89–105. <https://doi.org/10.47305/jlia2392089j>
- Kautsar, A. (2022). Digital Marketing Dan Digital Finance Apakah Menjadi Faktor Berkembangnya UMKM Di Surabaya? *EKONOMIKA45: Jurnal Ilmiah Manajemen* ..., 10(1). <https://jurnaluniv45sby.ac.id/index.php/ekonomika/article/view/949%0Ahttps://jurnaluniv45sby.ac.id/index.php/ekonomika/article/download/949/815>
- Kemenag RI. (2022). *Jumlah Penerbitan Sertifikasi Halal Menurut Jenis Produk*. Satudata.Kemenag.Go.Id. <https://satudata.kemenag.go.id/dataset/detail/jumlah-penerbitan-sertifikat-halal-menurut-jenis-produk>
- Kemenkopukm. (2023). *Perkembangan Data Usaha Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) dan Usaha Besar Tahun 2018-2019*. kemenkopukm.go.id/data-umkm
- Kemenprin RI. (2022). *Ekspor Industri Makanan dan Minuman Raup USD21,3 Miliar*. Kemenprin.Go.Id. <https://kemenperin.go.id/artikel/23517/Ekspor-Industri-Makanan-dan-Minuman-Raup-USD21,3-Miliar>
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian. (2023). *Dorong UMKM Naik Kelas dan Go Export, Pemerintah Siapkan Ekosistem Pembiayaan yang Terintegrasi*. Www.Ekon.Go.Id. [https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/5318/dorong-umkm-naik-kelas-dan-go-export-pemerintah-siapkan-ekosistem-pembiayaan-yang-terintegrasi#:~:text=Jakarta%2C 24 Agustus 2023&text=Sektor UMKM memberikan kontribusi terhadap,97%25 dari total tenaga kerja](https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/5318/dorong-umkm-naik-kelas-dan-go-export-pemerintah-siapkan-ekosistem-pembiayaan-yang-terintegrasi#:~:text=Jakarta%2C%2024%20Agustus%202023&text=Sektor%20UMKM%20memberikan%20kontribusi%20terhadap%2097%25%20dari%20total%20tenaga%20kerja).
- Kementrian Koperasi dan UMKM. (2021). *RI KEJAR 30 JUTA UMKM GO DIGITAL HINGGA 2024*. Kemenkipukm.Go.Id. <https://kemenkopukm.go.id/read/ri-kejar-30-juta-umkm-go-digital-hingga-2024>
- Khasanah, M. (2020). Peranan Media Sosial Sebagai Agen Sosialisasi Halal dalam Membangun Kesadaran Halal: Studi Netnografi. *Al-Tijary*, 5(2), 139–157. <https://doi.org/10.21093/at.v5i2.2116>

- KNEKS. (2021). Strategi Percepatan Ekspor Produk Halal Usaha Kecil dan Menengah di Indonesia. *Kneks.Go.Id*.
<https://kneks.go.id/storage/upload/1641552734-KNEKS - Strategi Percepatan Ekspor Produk Halal UKM FIX.pdf>
- Komariah, N. S., Nursal, M. F., & Rianto, M. R. (2022). Pengaruh Inovasi dan Media Sosial terhadap Kinerja UMKM Makanan Halal di Kota Bekasi Utara. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(2), 2247.
<https://doi.org/10.29040/jiei.v8i2.5957>
- Kominfo. (2022). *Kenaikan Jumlah UMKM Go Online Jadi Hasil Konkret Pembahasan Transformasi Digital di KTT G20*. Kominfo.Go.Id/Content.
[https://www.kominfo.go.id/content/detail/45636/kenaikan-jumlah-umkm-go-online-jadi-hasil-konkret-pembahasan-transformasi-digital-di-ktt-g20/0/berita_satker#:~:text=“Jadi sebelum pandemi Covid-19,menyumbang pada 60%25 PDB Indonesia.](https://www.kominfo.go.id/content/detail/45636/kenaikan-jumlah-umkm-go-online-jadi-hasil-konkret-pembahasan-transformasi-digital-di-ktt-g20/0/berita_satker#:~:text=“Jadi%20sebelum%20pandemi%20Covid-19,menyumbang%20pada%2060%25%20PDB%20Indonesia.”)
- Kompas.com. (2022). *LPEI: Gap Ekspor Impor Produk Halal Indonesia dengan Negara OKI Besar*. Money.Kompas.Com.
<https://money.kompas.com/read/2022/10/18/141500826/lpei--gap-ekspor-impor-produk-halal-indonesia-dengan-negara-oki-besar>
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2019). *Marketing 4.0 : Bergerak dari Tradisional ke Digital* (A. Tarigan (ed.)). PT Gramedia Pustaka Utama.
- Li, S., Ragu-Nathan, B., Ragu-Nathan, T. S., & Subba Rao, S. (2006). The impact of supply chain management practices on competitive advantage and organizational performance. *Omega*, 34(2), 107–124.
<https://doi.org/10.1016/j.omega.2004.08.002>
- Lina, L. F., & Permatasari, B. (2020). Social Media Capabilities dalam Adopsi Media Sosial Guna Meningkatkan Kinerja UMKM. *Jembatan : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 17(2), 227–238. <https://doi.org/10.29259/jmbt.v17i2.12455>
- LPPOM MUI. (2019). *Kriteria Bentuk dan Nama Produk Bersertifikat Halal*. Halalmui.Org. <https://halalmui.org/kriteria-bentuk-dan-nama-produk-bersertifikat-halal/>
- Mahfud, I. (2019). Kompensasi Dan Evaluasi Kinerja Dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam. *Madani Syari'ah*, 2, 45–64. <https://stai-binamadani.e>

journal.id/Madanisyariah/article/download/138/110/

- Maisaroh, S., Hilal, S., & Hanif, H. (2022). Pengaruh Orientasi Pasar dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Bisnis UMKM di Provinsi Lampung dengan Halal Supply Chain Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(03), 3442–3458. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/view/6593>
- Fatwa DSN MUI No 10 Tahun 2018 tentang Produk Makanan dan Minuman yang Mengandung Alkohol/Etanol, (2018). <https://halalmui.org/wp-content/uploads/2023/06/Fatwa-MUI-No.-10-Tahun-2018-tentang-Makanan-dan-Minuman-Mengandung-Alkohol.pdf>
- Marietza, F., & Simbolon, N. K. (2021). Pengaruh Inovasi Produk Dan Sosial Media Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan. *Jurnal Ekombis Review – Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 9(2), 283–298. <https://doi.org/https://doi.org/10.37676/ekombis.v9i2.1388>
- Maulatuzulfa, H. (2022). Pengaruh Kompetensi Sumber Daya Manusia, Literasi Keuangan, Modal Keuangan, Dan Modal Sosial Terhadap Kinerja Umkm. *Eqien-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 171–179. <https://stiemuttaqien.ac.id/ojs/index.php/OJS/article/view/660>
- Octavina, L. A., & Rita, M. R. (2021). Digitalisasi umkm, literasi keuangan, dan kinerja keuangan : Studi pada masa pandemi Covid-19. *STIE Perbanas Press 2021*, 11, 73–92. <https://doi.org/10.14414/jbb.v11i1.2552>
- Undang-undang (UU) tentang Jaminan Produk Halal, (2014). <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/38709/uu-no-33-tahun-2014>
- Purba, M. I., Simanjutak, D. C. Y., Malau, Y. N., Sholihat, W., & Ahmadi, E. A. (2021). The effect of digital marketing and e-commerce on financial performance and business sustainability of MSMEs during COVID-19 pandemic in Indonesia. *International Journal of Data and Network Science*, 5(3), 275–282. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2021.6.006>
- Qomarudin Sukri, Cipto Prayitno, Agung Kurniawan, & Agustian Budi Prasetya. (2022). Kesiediaan Masyarakat Membeli Produk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Mitra Perusahaan Batu Bara di Kalimantan Selatan. *Journal of Social Development Studies*, 3(1), 1–15. <https://doi.org/10.22146/jsds.3720>
- Rachbini, W., Sumarto, A. H., & Rachbini, D. J. (2018). *STATISTIKA TERAPAN*

- (*Cara Mudah dan Cepat Menganalisis Data*) (1st ed.).
<https://dosen.ikipsiliwangi.ac.id/wp-content/uploads/sites/6/2022/02/Full-PDF-Ekonometrika-Dasar-dikompresi.pdf>.
- Rasi, R. Z., Masrom, N. R., Omar, S. S., Ahmad, M. F., & Sham, R. (2017).
 Withdrawn article: Designing Halal Supply Chain: Malaysia's Halal Industry
 Scenarios. *MATEC Web of Conferences*, 135, 00040.
<https://doi.org/10.1051/mateconf/201713500040>
- Rianto, M. R., Woestho, C., & Fikri, A. W. N. (2022). The Role of Mediating
 Innovation and Social Media: Market Orientation and Entrepreneurial
 Orientation on the Performance of MSME's Processed by Sea Products in
 Labuan Village, Banten. *East Asian Journal of Multidisciplinary Research*,
 1(8), 1703–1714. <https://doi.org/10.55927/eajmr.v1i8.1350>
- Rimadias, S. (2023). Faktor Penentu Keberlangsungan Hidup UMKM di Indonesia
 Pasca Pandemi Covid-19. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*,
 6(1), 15–28. <https://doi.org/https://doi.org/10.36407/jmsab.v6i1.579>
 Pendahuluan
- Rita, M. R., & Utomo, M. N. (2019). An entrepreneurial finance study: MSME
 performance based on entrepreneurial and financial dimensions. *Jurnal
 Keuangan Dan Perbankan*, 23(2), 217–234.
<https://doi.org/10.26905/jkdp.v23i2.3076>
- Rohaeni, Y., & Sutawijaya, A. H. (2020). Pengembangan Model Konseptual
 Manajemen Rantai Pasok Halal Studi Kasus Indonesia. *J@ti Undip: Jurnal
 Teknik Industri*, 15(3), 177–188. <https://doi.org/10.14710/jati.15.3.177-188>
- Saputri, O. B. (2020). PEMETAAN POTENSI INDONESIA SEBAGAI PUSAT
 INDUSTRI HALAL DUNIA. *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 5(2),
 23–38. <http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/Maqasid>
- Sihabudin. (2021). *Ekonometrika Dasar (Teori dan Praktik Berbasis SPSS)* (H. R.
 P. N. Vera Mandailina, Malik Ibrahim (ed.); 1st ed.). Penerbit CV. Pena
 Persada.
- Suhargo, E. S., Farida, Y. N., & Hidayat, T. (2022). Pengaruh Digitalisasi UMKM
 dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Kinerja UMKM Pada
 Masa Pandemi COVID-19. *Jurnal Riset Akuntansi Soedirman (JRAS)*, 1(2),

132–140.

- Suryani, & Hendryadi. (2016). *Metode Riset Kuantitatif: Teori dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam* (2nd ed.). PRENADAMEDIA GROUP.
- Talib, M. S. A., & Johan, M. R. M. (2012). Issues in Halal Packaging: A Conceptual Paper. *International Business and Management*, 5(2), 94–98. <https://doi.org/10.3968/j.ibm.1923842820120502.1080>
- Tieman, M., van der Vorst, J. G. A. J., & Ghazali, M. C. (2012). Principles in halal supply chain management. *Journal of Islamic Marketing*, 3(3), 217–243. <https://doi.org/10.1108/17590831211259727>
- Tran, Q. P., & Nguyen, T. K. (2022). Does Innovation Increase Labor Wage and Boost Firm's Financial Performance? Evidence of Agricultural Firms in Vietnam with Bayesian Approach. *HSE Economic Journal*, 26(3), 475–486. <https://doi.org/10.17323/1813-8691-2022-26-3-475-486>
- Wahyuni, S., Astuti, D., & Bakhri, B. S. (2020). PENGARUH LABEL HALAL TERHADAP PENINGKATAN OMSET PENJUALAN PRODUK MAKANAN RINGAN UMKM DI KOTA DUMAI. *UIN Syarif Hidayatullah*, 1(2), 43–47.
- Warto, & Samsuri. (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>
- Whang, J.-B., Chang, W., & Lee, J. (2023). Interactive and Synergistic Relationship Among Different Types of Innovation. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 73. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2023.103422>
- Wijoyo, H. (2020). *Digitalisasi UMKM* (R. Aminah (ed.); 1st ed.). Insan Cendekia Mandiri. https://www.academia.edu/44482766/DIGITALISASI_UMKM
- Wuisan, V. Y., Lapian, S. L. V. H. J., & Karuntu, M. M. (2021). PENGARUH INOVASI PRODUK DAN DIGITAL MARKETING TERHADAP PERKEMBANGAN UMKM DI KECAMATAN KAUDITAN PADA MASA PANDEMIC COVID-19. *Jurnal EMBA*, 10(4), 759–769.
- Zailani, S., Iranmanesh, M., Jafarzadeh, S., & Foroughi, B. (2020). The influence of halal orientation strategy on financial performance of halal food firms: Halal

culture as a moderator. *Journal of Islamic Marketing*, 11(1), 31–49.
<https://doi.org/10.1108/JIMA-01-2018-0023>

Dinar Dhia, 2024

***PENGARUH RANTAI PASOK HALAL, PEMASARAN DIGITAL, DAN INOVASI PRODUK
TERHADAP KINERJA BISNIS PADA UMKM KULINER DI DKI JAKARTA***

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, S1 Ekonomi Syariah
[www.upnvj.ac.id-www.library.upnvj.ac.id-www.repository.upnvj.ac.id]