

Determinants of Halal Culiner MSME Performance in Beji District, Depok City

By Dzikri Jamalulael

ABSTRACT

Halal micro, small, and medium enterprises (MSMEs) play a vital role in Indonesia's local economic development by contributing to market expansion, job creation, and community welfare. In Beji District, Depok City, the halal culinary sector continues to grow in line with rising consumer awareness of halal products, the increasing use of digital payments, and digital marketing. However, challenges still arise from the unequal implementation of halal certification, the suboptimal use of e-payment systems, and varying levels of digital marketing capability among business actors. This study aims to analyze the influence of halal certification, e-payment, and digital marketing on the performance of halal culinary MSMEs using a quantitative approach with SEM-PLS and a purposive sampling technique involving respondents with specific criteria. The findings show that all three independent variables have a positive and significant effect on MSME performance. Halal certification enhances consumer trust and perceived product quality. e-payment improves transaction convenience and contributes to better customer experiences. Digital marketing increases business visibility and market reach through the effective use of social media and online platforms. These results indicate that the integration of sharia-compliant practices and digitalization serves as a strategic driver in strengthening the competitiveness of halal culinary MSMEs in Beji District, Depok City.

Keywords: *digital marketing, e-payment, halal certification, halal MSME performance.*

Determinan Kinerja UMKM Kuliner Halal di Kecamatan Beji, Kota Depok

Oleh Dzikri Jamalulael

ABSTRAK

UMKM halal memegang peran penting dalam perekonomian lokal karena berkontribusi pada perluasan pasar, penciptaan lapangan kerja, dan peningkatan kesejahteraan masyarakat. Di Kecamatan Beji, Kota Depok, sektor kuliner halal berkembang pesat seiring dengan meningkatnya preferensi konsumen terhadap produk halal, kemudahan transaksi digital, dan pemasaran digital. Namun demikian, tantangan masih muncul dari ketimpangan adopsi sertifikasi halal antar pelaku usaha, pemanfaatan *e-payment* yang belum sepenuhnya optimal, serta variasi kualitas digitalisasi pemasaran. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh sertifikasi halal, *e-payment*, dan digitalisasi pemasaran terhadap kinerja UMKM kuliner halal dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dengan SEM-PLS dan responden dipilih berdasarkan purposive sampling dengan kriteria tertentu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga variabel independen berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM. Sertifikasi halal terbukti meningkatkan kepercayaan dan persepsi kualitas. *e-payment* memberikan kemudahan transaksi yang memperkuat pengalaman konsumen. Digitalisasi pemasaran turut meningkatkan visibilitas usaha dan jangkauan pasar melalui pemanfaatan media sosial dan *e-commerce*. Temuan ini memberikan implikasi bahwa integrasi aspek syariah dan digitalisasi menjadi faktor strategis dalam memperkuat daya saing UMKM kuliner halal di wilayah Kecamatan Beji, Kota Depok.

Kata kunci: digitalisasi pemasaran, *e-payment*, kinerja UMKM halal, sertifikasi halal.