

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel sertifikasi halal memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM kuliner halal. Temuan ini mengindikasikan bahwa keberadaan logo halal resmi, keaslian label, serta transparansi informasi mampu meningkatkan kepercayaan konsumen. Konsumen di wilayah Beji yang memiliki tingkat literasi halal cukup tinggi cenderung menjadikan aspek kehalalan sebagai dasar penilaian kualitas. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa sertifikasi halal berperan memperkuat reputasi usaha dan membantu UMKM dalam mempertahankan loyalitas pelanggan yang pada akhirnya meningkatkan kinerja usaha.

Selanjutnya, variabel *e-payment* terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM. Hasil ini menegaskan bahwa kemudahan dan efisiensi transaksi digital memberikan pengalaman pembelian yang lebih praktis bagi konsumen. Kecepatan proses pembayaran, keamanan transaksi, serta dukungan promo cashback dari platform pembayaran digital mendorong konsumen untuk melakukan pembelian secara lebih intensif. Hal ini mengindikasikan bahwa UMKM yang menyediakan alternatif pembayaran digital dinilai lebih modern, responsif, dan sesuai dengan kebutuhan pasar urban yang telah terbiasa menggunakan layanan digital. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa optimalisasi penggunaan *e-payment* mampu memperbaiki kualitas pelayanan yang kemudian berdampak pada peningkatan kinerja UMKM.

Variabel digitalisasi pemasaran juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM kuliner halal. Pemanfaatan media sosial, kehadiran di platform *e-commerce*, serta interaksi digital dengan pelanggan memberikan kontribusi pada peningkatan visibilitas dan perluasan pasar UMKM. Konsumen menilai bahwa akses informasi melalui media digital memudahkan proses pencarian produk, membandingkan pilihan, dan memutuskan pembelian. Meskipun pengaruhnya tidak sebesar sertifikasi halal, temuan ini tetap mengindikasikan bahwa digitalisasi pemasaran merupakan elemen strategis yang membantu UMKM mempertahankan daya saing dan memperkuat hubungan

dengan konsumennya. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semakin baik upaya pemasaran digital yang dilakukan, semakin tinggi pula kinerja UMKM halal.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini tidak terlepas dari beberapa keterbatasan dan tantangan yang dihadapi selama proses pelaksanaannya, antara lain sebagai berikut:

- a) Lokasi penelitian hanya berfokus pada UMKM kuliner halal di Kecamatan Beji sehingga hasil penelitian belum dapat digeneralisasikan untuk daerah lain yang memiliki karakteristik sosial dan ekonomi berbeda.
- b) Variabel yang digunakan dalam penelitian hanya mencakup sertifikasi halal, *e-payment*, dan digitalisasi pemasaran. Faktor lainnya belum dianalisis sehingga model penelitian masih terbatas.
- c) Responden penelitian didominasi oleh kelompok usia produktif muda yang memiliki tingkat literasi digital tinggi. Kondisi ini berpotensi memunculkan bias persepsi terutama pada variabel *e-payment* dan digitalisasi pemasaran.
- d) Penelitian ini belum membedakan secara spesifik jenis UMKM kuliner yang diteliti, baik yang bergerak pada sektor makanan maupun minuman, sehingga karakteristik dan dinamika masing-masing jenis usaha belum tergambarkan secara mendalam.

5.3 Saran

Merujuk pada temuan penelitian yang telah diperoleh, peneliti menyusun beberapa rekomendasi yang ditujukan kepada pihak-pihak terkait sebagai berikut:

- a) Untuk peneliti selanjutnya

Disarankan untuk menambah variabel lain yang berpotensi memengaruhi kinerja UMKM. Penelitian selanjutnya juga dapat menggunakan pendekatan *mixed methods* agar hasil analisis lebih mendalam dan mampu menggambarkan fenomena secara komprehensif. Selain itu cakupan wilayah penelitian dapat diperluas ke beberapa kecamatan atau kota lain untuk menghasilkan perbandingan yang lebih variatif dan meningkatkan generalisasi hasil.

- b) Bagi Praktisi

Bagi pelaku UMKM kuliner halal, hasil penelitian ini menunjukkan pentingnya memaksimalkan identitas halal dengan memperjelas logo, meningkatkan transparansi informasi bahan baku, serta menjaga keamanan proses produksi sesuai standar syariah. Pelaku UMKM juga disarankan untuk lebih optimal memanfaatkan fitur pembayaran digital karena kemudahan transaksi terbukti meningkatkan kenyamanan dan kepuasan konsumen. Selain itu, UMKM perlu meningkatkan kualitas *digital marketing* melalui penyajian konten yang konsisten, informatif, dan menarik agar mampu memperluas pasar serta meningkatkan loyalitas pelanggan.

c) Bagi Regulator

Pemerintah dan regulator diharapkan dapat memperkuat peran dalam pengembangan UMKM halal melalui kebijakan yang terintegrasi antara percepatan sertifikasi halal peningkatan literasi dan pendampingan digital serta perluasan akses sistem pembayaran elektronik Pemerintah pusat dan daerah bersama BPJPH Kemenag dan Dinas Koperasi UMKM perlu menyederhanakan prosedur sertifikasi halal serta meningkatkan sosialisasi yang berkelanjutan agar mudah diakses oleh UMKM skala mikro Selain itu regulator sistem pembayaran diharapkan mendorong adopsi e payment melalui perluasan penggunaan QRIS dan pemberian insentif transaksi digital sehingga UMKM halal mampu meningkatkan efisiensi operasional dan daya saing secara berkelanjutan.