



**PENGARUH LABEL HALAL, PEMASARAN DIGITAL, DAN
LOYALITAS KONSUMEN TERHADAP PENDAPATAN UMKM
KULINER HALAL DI JAKARTA**

SKRIPSI

BALQIS SALSABILA 2210116044

**PROGRAM PENELITIAN EKONOMI SYARIAH PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA**

2025



**PENGARUH LABEL HALAL, PEMASARAN DIGITAL, DAN
LOYALITAS KONSUMEN TERHADAP PENDAPATAN UMKM
KULINER HALAL DI JAKARTA**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memeroleh Gelar Sarjana Ekonomi

BALQIS SALSABILA 2210116044

**PROGRAM PENELITIAN EKONOMI SYARIAH PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA**

2025

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Balqis Salsabila

NIM : 2210116044

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 11 Desember 2025

Yang menyatakan,



(Balqis Salsabila)

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Balqis Salsabila
 NIM : 2210116044
 Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
 Program Studi : S1 Ekonomi Syariah
 Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non Exclusive Royalty Fee Right*) atas Skripsi saya yang berjudul:

Pengaruh Label Halal, Pemasaran Digital, dan Loyalitas Konsumen terhadap Pendapatan UMKM Kuliner Halal di Jakarta

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 11 Desember 2025

Yang menyatakan



(Balqis Salsabila)

SKRIPSI

PENGARUH LABEL HALAL, PEMASARAN DIGITAL, DAN LOYALITAS
KONSUMEN TERHADAP PENDAPATAN UMKM KULINER HALAL DI JAKARTA*Dipersiapkan dan disusun oleh:*

BALQIS SALSABILA 2210116044

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal: 11 Desember 2025
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



Faizi S.E.I, M.Si, Ph.D.

Ketua Penguji



Sasmita Nurvinda Laili, S.E, M.E.

Penguji I



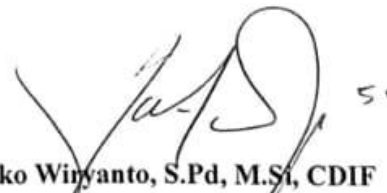
Dr. Jubaedah, S.E, M.M.

Dekan



Fadhli Suko Wiryanto, S.Pd, M.Si, CDIF

Penguji II (Pembimbing)



Fadhli Suko Wiryanto, S.Pd, M.Si, CDIF

Koordinator Program Studi

Disahkan di : Jakarta

Pada tanggal : 29 Desember 2025

***The Influence of Halal Label, Digital Marketing, and Consumer Loyalty on the
Incomes of Halal Culinary MSME's in Jakarta***

By Balqis Salsabila

ABSTRACT

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) are widely distributed across Indonesia and play an important role in absorbing labor and improving community welfare. However, some MSMEs still face significant challenges related to income. In Jakarta, one factor contributing to low income is the absence of halal labels on MSME products, which reduces public trust. In fact, a halal label is not only a legal requirement but also a factor that increases consumer confidence, opens wider market opportunities, and strengthens product competitiveness in domestic and global markets, especially in Indonesia where most of the population is Muslim. Moreover, digital marketing has not been fully optimized by MSME actors to enhance their income. This study aims to describe the income conditions of halal culinary MSMEs in Jakarta and identify the factors that influence them. The research uses a quantitative method with a non-probability sampling technique through purposive sampling. The sample consists of 140 respondents who are halal culinary MSME owners in Jakarta. Data processing is carried out using Smart Partial Least Square analysis supported by descriptive statistics. The findings show that halal labels, digital marketing, and consumer loyalty have a positive and significant effect on MSME income.

Keywords: digital marketing, halal culinary, halal label, income, MSMEs.

Pengaruh Label Halal, Pemasaran Digital, dan Loyalitas Konsumen Terhadap Pendapatan UMKM Kuliner Halal di Jakarta

Oleh Balqis Salsabila

ABSTRAK

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sudah banyak tersebar di seluruh wilayah Indonesia dan berperan penting penyerapan tenaga kerja serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Namun demikian, masih ada UMKM yang menghadapi kendala signifikan terkait pendapatan. Di wilayah Jakarta, salah satu faktor yang mempengaruhi rendahnya pendapatan adalah kurangnya label halal pada produk UMKM, yang menyebabkan rendahnya kepercayaan masyarakat terhadap produk tersebut. Padahal, label halal tidak hanya menjadi syarat legal, tetapi juga dapat meningkatkan kepercayaan konsumen, membuka peluang pasar yang lebih luas, dan meningkatkan daya saing produk di pasar domestik maupun global, terutama di Indonesia yang penduduknya mayoritas Muslim. Selain itu, pemasaran digital juga belum dioptimalkan dengan baik oleh pelaku UMKM untuk meningkatkan pendapatannya. Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap kondisi pendapatan UMKM kuliner halal di Jakarta serta faktor-faktor yang memengaruhinya. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 140 responden yang merupakan pelaku UMKM kuliner halal di Jakarta. Pengolahan data pada penelitian ini menggunakan teknik analisis data *Smart Partial Least Square* dengan metode statistik deskriptif. Hasil dari penelitian ini menemukan bahwa label halal, pemasaran digital, dan loyalitas konsumen memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan UMKM.

Kata kunci: kuliner halal, label halal, pemasaran digital, pendapatan, UMKM.



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jalan Rumah Sakit Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta Selatan 12450

Telepon 021-7656971, Fax 021-7656904

Laman : www.feb.upnvj.ac.id , e-mail : febupnvj@upnvj.ac.id

BERITA ACARA SIDANG TUGAS AKHIR
SEMESTER GANJIL TA. 2025/2026

Pada hari ini, Kamis, tanggal 11 Desember 2025, telah dilaksanakan Sidang Tugas

Akhir bagi mahasiswa:

Nama : Balqis Salsabila
NIM : 2210116044
Program Studi : Ekonomi Syariah S1
Judul Tugas Akhir :

**Pengaruh Label Halal, Pemasaran Digital, dan Loyalitas Konsumen Terhadap
Pendapatan UMKM Kuliner Halal di Jakarta**

Dinyatakan yang bersangkutan ~~Lulus / Tidak Lulus / Sidang Ulang*~~, dengan Nilai Rata-Rata 83.73
dan Nilai Huruf A-

Tim Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Faizi, S.E.I, M.Si, Ph.D.	Ketua	
2	Sasmita Nurvinda Laili, S.E, M.E.	Anggota I	
3	Fadhli Suko Wiryanto, S.Pd, M.Si, CDIF	Anggota II (**)	

Keterangan:

*) Coret yang tidak perlu

**) Dosen Pembimbing

Nilai dalam Skala

85 - 100 = A
80 - 84.99 = A-
75 - 79.99 = B+
70 - 74.99 = B
65 - 69.99 = B-
60 - 64.99 = C+
55 - 59.99 = C
40 - 54.99 = D
0 - 39.99 = E

Jakarta, 11 Desember 2025

Mengesahkan

a.n. DEKAN

Koordinator Prodi Ekonomi Syariah S1

Fadhli Suko Wiryanto, S.Pd., M.Si., CDIF

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat, taufik, dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Label Halal, Pemasaran Digital, dan Loyalitas Konsumen terhadap Pendapatan UMKM Kuliner Halal di Jakarta”** dengan baik dan tepat waktu. Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada Ibu Dr Jubaedah S.E., MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta. Selanjutnya kepada Bapak Fadhli Suko Wiryanto, S.Pd, M.Si, CDIF selaku Kepala Program Studi Ekonomi Syariah Program Sarjana, sekaligus dosen pembimbing tersayang yang telah membimbing penulis selama proses penelitian dan penyusunan skripsi ini. Nasihat dan semangat yang beliau berikan menjadi dorongan besar bagi penulis untuk dapat menyelesaikan karya ilmiah ini dengan baik. Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada Bapak Faizi, S.E.I, M.Si. Ph.D selaku ketua penguji, serta kepada Ibu Sasmita Nurvonda Laili, S.E., M.E., selaku Penguji 1.

Ucapan terima kasih paling besar penulis sampaikan kepada orang tua tercinta, Ibu Anah dan Bapak Slamet, yang tidak pernah berhenti memberikan doa, kasih sayang, dan dukungan dalam setiap langkah penulis, dan seluruh anggota keluarga besar. Skripsi ini juga penulis persembahkan untuk almarhum Kakek dan Nenek tersayang. Terima kasih penulis sampaikan kepada saudari Akhdanaila sebagai teman seperjuangan penulis yang selalu membantu selama proses penyusunan skripsi. Apresiasi juga penulis tujukan kepada seluruh teman-teman Ekonomi Syariah Angkatan 2022, khususnya saudari Devi dan teman Alien yang telah kebersamaan perjalanan perkuliahan hingga terselesaikannya skripsi ini. Terakhir, terima kasih penulis sampaikan kepada Balqis Salsabila, karena telah berjuang dan bertahan semaksimal mungkin untuk tetap kuat dalam menyelesaikan kewajiban ini.

Jakarta, 11 Desember 2025



Balqis Salsabila

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK	vii
 PRAKATA.....	 ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	8
1.3. Tujuan Penelitian.....	8
1.4. Manfaat Hasil Penelitian	8
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	 10
2.1. Landasan Teori	10
2.1.1. <i>Classical Economic Theory</i>	10
2.1.2. <i>Technology Acceptance Model (TAM) Theory</i>	11
2.1.3. <i>Relationship Marketing Theory</i>	12
2.1.4. Pendapat	13

2.1.5. UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah)	14
2.1.6. Label Halal	15
2.1.7. Pemasaran Digital	18
2.1.8. Loyalitas Konsumen.....	19
2.2. Hasil Penelitian Sebelumnya.....	22
2.3. Model Penelitian	29
2.4. Hipotesis.....	30

BAB III METODE PENELITIAN32

3.1. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	32
3.1.1. Definisi Operasional.....	32
3.1.2. Pengukuran Variabel.....	33
3.2. Populasi dan Sampel	34
3.2.1. Populasi	34
3.2.2. Sampel.....	34
3.3. Teknik Pengumpulan Data	35
3.3.1. Jenis Data	35
3.3.2. Sumber Data	36
3.3.3. Pengumpulan Data	36
3.4. Teknik Analisis Data	36
3.4.1. Analisis Statistik Deskriptif	36
3.4.2. Model Pengukuran (Outer Model)	37
3.4.3. Evaluasi Model Struktural (Inner Model)	38
3.4.4. Uji Hipotesis.....	39

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN41

4.1.	Deskripsi Objek Penelitian	41
4.2.	Deskripsi Data Penelitian	42
4.3.	Analisis Indeks	44
4.3.1.	Analisis Data Deskriptif	44
4.4.	Analisis dan Uji Hipotesis	53
4.4.1.	Outer Model	53
4.4.2.	Inner Model	57
4.4.3.	Uji Hipotesis	58
4.5.	Pembahasan	60
4.5.1.	Pengaruh Label Halal Terhadap Pendapatan UMKM	60
4.5.2.	Pengaruh Pemasaran Digital Terhadap Pendapatan UMKM	62
4.5.3.	Pengaruh Loyalitas Konsumen Terhadap Pendapatan UMKM	65
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		67
5.1.	Simpulan	67
5.2.	Keterbatasan Penelitian	67
5.3.	Saran	68
DAFTAR PUSTAKA		70
LAMPIRAN		81
RIWAYAT HIDUP		114

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Matriks Penelitian Sebelumnya.....	27
Tabel 2. Skala Likert	33
Tabel 3. Pengukuran Variabel.....	34
Tabel 4. Interpretasi Nilai Indeks	37
Tabel 5. Nilai Cronbach's Alpha	38
Tabel 6. Klasifikasi Jenis Usaha Responden.....	42
Tabel 7. Klasifikasi Jenis Kelamin Responden	42
Tabel 8. Klasifikasi Lama Usaha Beroperasi Responden	43
Tabel 9. Klasifikasi Tempat Berjualan Responden	43
Tabel 10. Klasifikasi Pendapatan Hasil Jualan per Tahun	44
Tabel 11. Outer Loading.....	54
Tabel 12. Average Variance Extracted (AVE)	56
Tabel 13. Cronbach's Alpha.....	57
Tabel 14. R ² SmartPLS.....	58
Tabel 15. Uji T	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Data Jumlah UMKM 2018-2023	1
Gambar 2. Jumlah UMKM Makanan dan Minuman Bersertifikat Halal di Jakarta 4	
Gambar 3. Logo Halal Indonesia	15
Gambar 4. Model Penelitian Empiris Menggunakan Data Primer	29
Gambar 5. Respon Terhadap Pendapatan UMKM.....	45
Gambar 6. Respon Terhadap Label Halal	47
Gambar 7. Respon Terhadap Pemasaran Digital.....	49
Gambar 8. Respon Terhadap Loyalitas Konsumen.....	52
Gambar 9. Output Penyesuaian SmartPLS	56

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.	81
Lampiran 2.	82
Lampiran 3.	83
Lampiran 4.	89
Lampiran 5.	108
Lampiran 6.	110
Lampiran 7.	111
Lampiran 8.	112