

**DAMPAK *E-COMMERCE* DAN SERTIFIKASI HALAL
TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN USAHA KULINER
DI KELURAHAN PROYONANGGAN SELATAN**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh:

EMILIA ALFIESYAH

NIM. 4120133

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN**

2025

**DAMPAK *E-COMMERCE* DAN SERTIFIKASI HALAL
TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN USAHA KULINER
DI KELURAHAN PROYONANGGAN SELATAN**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh:

EMILIA ALFIESYAH

NIM. 4120133

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN**

2025

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Emilia Alfiesyah
NIM : 4120133
Judul Skripsi : **Dampak E-Commerce Dan Sertifikasi Halal Terhadap Peningkatan Penjualan Usaha Kuliner Di Kelurahan Proyonanggan Selatan**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini adalah benar-benar hasil karya penulis, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya. Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 12 Maret 2025
Yang Menyatakan,



Emilia Alfiesyah

NOTA PEMBIMBING

Lam : 2 (dua) eksemplar
Hal : Naskah Skripsi Sdri. Emilia Alfiesyah

Yth,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
c.q. Ketua Program Studi Ekonomi Syariah
PEKALONGAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah skripsi Saudari:

Nama : **Emilia Alfiesyah**
NIM : **4120133**
Judul Skripsi : **Dampak E-Commerce Dan Sertifikasi Halal Terhadap Peningkatan Penjualan Usaha Kuliner Di Kelurahan Proyonanggan Selatan**

Naskah tersebut telah memenuhi persyaratan untuk dapat segera dimunaqosahkan. Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Pekalongan, 12 Maret 2025

Pembimbing



Bahtiar Effendi, M.E.

NIP.198510012019081001



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat: Jl. Pahlawan No. 52 Kajan Pekalongan, www.febi.uingusdur.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN)
K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan skripsi Saudari :

Nama : **Emilia Alfiesyah**
NIM : **4120133**
Judul Skripsi : **Dampak E-Commerce Dan Sertifikasi Halal Terhadap Peningkatan Penjualan Usaha Kuliner Di Kelurahan Proyonanggan Selatan**
Dosen Pembimbing : **Bahtiar Effendi, M.E.**

Telah diujikan pada hari Rabu tanggal 23 April 2025 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Dewan Penguji,

Penguji I

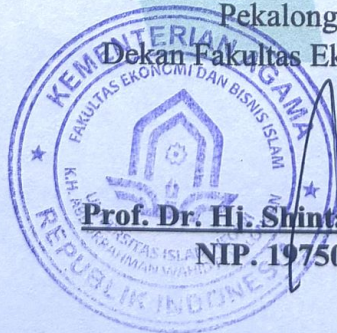
Dr. Kuar Ismanto, M.Ag.
NIP. 197912052009121001

Penguji II

Muhammad Khoirul Fikri, M.E.I.
NIP. 199002122019031006

Pekalongan, 2 Mei 2025

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

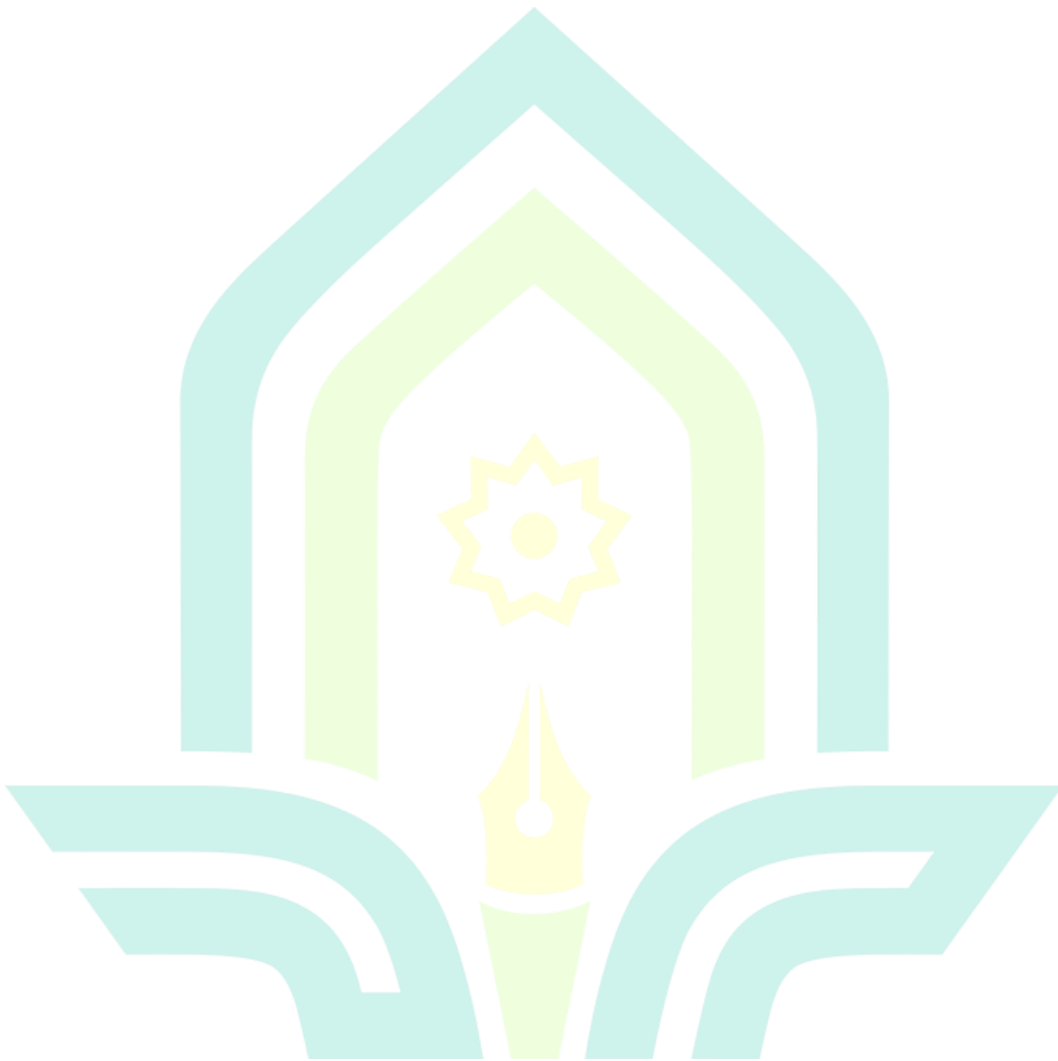


Prof. Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, M.H.
NIP. 197502201999032001

MOTTO

Sesuatu yang belum dikerjakan seringkali tampak mustahil, kita baru yakin kalau kita telah berhasil melakukannya dengan baik.

Evelyn Underhill



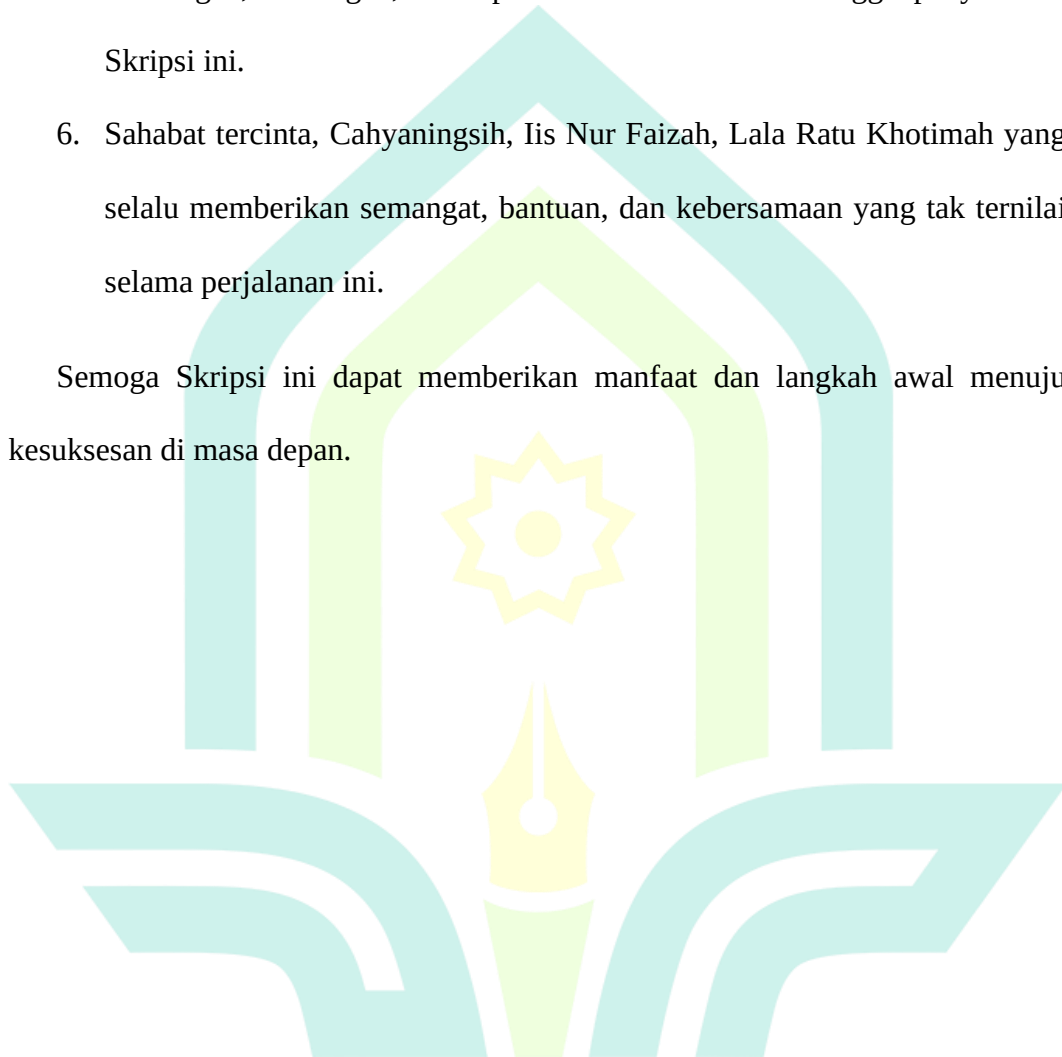
PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan limpahan nikmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Penulis menyadari sepenuhnya atas segala keterbatasan dan banyaknya kekurangan-kekurangan yang harus diperbaiki dalam penulisan Skripsi ini. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan informasi dan manfaat bagi setiap orang yang membacanya, khususnya bagi dunia pendidikan. Dalam materil maupun non materil dari berbagai pihak. Berikut ini beberapa persembahan sebagai ucapan terima kasih dari penulis kepada pihak-pihak yang telah berperan dalam membantu terlaksananya penulisan Skripsi ini:

1. Kedua orang tua tercinta, Bapak Sarkum dan Ibu Murni yang selalu mendoakan, mendukung, dan memberikan kasih sayang serta pengorbanan yang tiada henti.
2. Keluarga yang senantiasa menjadi sumber semangat, dukungan, dan motivasi dalam setiap langkah.
3. Almamater saya Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan sebagai tempat menimba ilmu dan membentuk karakter serta pengalaman berharga.

4. Dosen Pembimbing, Bapak Bahtiar Effendi, M.E. yang dengan sabar membimbing, memberikan arahan, serta ilmu yang sangat berharga dalam penyusunan Skripsi ini.
5. Dosen Wali, Bapak M. Izza, M.S.I. yang senantiasa memberikan bimbingan, dukungan, serta perhatian selama studi hingga penyusunan Skripsi ini.
6. Sahabat tercinta, Cahyaningsih, Iis Nur Faizah, Lala Ratu Khotimah yang selalu memberikan semangat, bantuan, dan kebersamaan yang tak ternilai selama perjalanan ini.

Semoga Skripsi ini dapat memberikan manfaat dan langkah awal menuju kesuksesan di masa depan.



ABSTRAK

EMILIA ALFIESYAH, Dampak E-Commerce Dan Sertifikasi Halal Terhadap Peningkatan Penjualan Usaha Kuliner Di Kelurahan Proyonanggan Selatan.

E-Commerce memiliki perkembangan yang cukup pesat di kalangan masyarakat, banyaknya perusahaan yang mempromosikan barang dagangannya melalui website atau sosial media. Contoh E-Commerce dalam bidang kuliner ialah GoFood, GrabFood, dan ShopeeFood. Sertifikasi halal adalah surat keterangan resmi yang dikeluarkan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) di Indonesia. Sertifikasi ini menyatakan bahwa suatu produk, baik makanan, minuman, kosmetik, maupun obat-obatan, telah memenuhi syarat kehalalan sesuai dengan syariat Islam. Tujuan dari penelitian ini adalah Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak E-commerce dan sertifikasi halal terhadap peningkatan penjualan usaha kuliner di Kelurahan Proyonanggan Selatan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian *field research*. Metode pengumpulan data dengan observasi, wawancara dan dokumentasi. Sampel yang digunakan ialah 8 pelaku usaha kuliner yang telah menerapkan E-commerce serta memiliki sertifikasi halal.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari 8 usaha kuliner yang diwawancarai, terdapat 7 usaha kuliner yang mengalami peningkatan penjualan dilihat dari kenaikan omzet penjualan. Pemanfaatan E-commerce memberikan dampak positif terhadap peningkatan penjualan dengan memperluas akses pasar dan dapat membantu mempromosikan usaha kuliner. Sementara itu, sertifikasi halal tidak memberikan dampak terhadap peningkatan penjualan usaha kuliner di Kelurahan Proyonanggan Selatan.

Kata kunci: E-commerce, Digital Marketing, Sertifikasi Halal, dan Perilaku Konsumen

ABSTRACT

EMILIA ALFIESYAH, The Impact of E-Commerce and Halal Certification on Increasing Culinary Business Sales in South Proyonanggan Village.

E-Commerce has developed quite rapidly in society, many companies promote their merchandise through websites or social media. Examples of E-Commerce in the culinary field are GoFood, GrabFood, and ShopeeFood. Halal certification is an official certificate issued by the Halal Product Guarantee Agency (BPJPH) in Indonesia. This certification states that a product, be it food, beverages, cosmetics, or medicines, has met the halal requirements according to Islamic law. The purpose of this study is This study aims to analyze the impact of E-commerce and halal certification on increasing sales of culinary businesses in Proyonanggan Selatan Village.

This study uses a qualitative approach with a field research type. Data collection methods with observation, interviews and documentation. The sample used was 8 culinary business actors who have implemented E-commerce and have halal certification.

The results of the study showed that out of 8 culinary businesses interviewed, there were 7 culinary businesses that experienced an increase in sales as seen from the increase in sales turnover. The use of E-commerce has a positive impact on increasing sales by expanding market access and can help promote culinary businesses. Meanwhile, halal certification does not have an impact on increasing sales of culinary businesses in South Proyonanggan Village.

Keywords: E-commerce, Digital Marketing, Halal Certification, and Consumer Behavior

KATA PENGANTAR

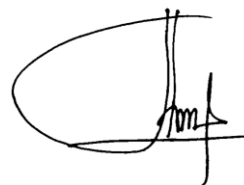
Puji syukur saya sampaikan kepada Allah SWT, karena atas nerkat dan rahmat-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya sampaikan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag. selaku Rektor UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
2. Prof. Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H, M.H. selaku Dekan FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
3. Dr. Tamamudin, M.M. selaku Wakil Dekan bidang Akademik dan Kelembagaan FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
4. Muhammad Aris Syafi'i, M.E.I. selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
5. Dosen Pembimbing, Bapak Bahtiar Effendi, M.E. yang dengan sabar membimbing, memberikan arahan, serta ilmu yang sangat berharga dalam penyusunan Skripsi ini

6. Dosen Wali, Bapak M. Izza, M.S.I. yang senantiasa memberikan bimbingan, dukungan, serta perhatian selama studi hingga penyusunan skripsi ini
7. Seluruh Bapak/Ibu Dosen dan para Staff Akademi Mahasiswa FEBI UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
8. Seluruh Perangkat Desa di Kelurahan Proyonanggan Selatan yang telah membantu dalam memperoleh data yang diperlukan selama pembuatan skripsi ini
9. Responden yang telah meluangkan waktunya untuk diwawancarai agar dapat memberikan informasi kepada peneliti untuk mendukung penyelesaian skripsi ini
10. Teman-teman yang telah memberikan dukungan, semangat, serta bantuan dalam berbagai bentuk selama proses penelitian ini. Dukungan kalian, baik dalam bentuk diskusi, motivasi, maupun kebersamaan, sangat berarti bagi saya dalam menyelesaikan penelitian ini dengan baik

Semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca, baik dari segi akademis maupun praktis. Saya juga menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat saya harapkan untuk perbaikan di masa mendatang.

Pekalongan, 12 Maret 2025



Emilia Alfiesyah

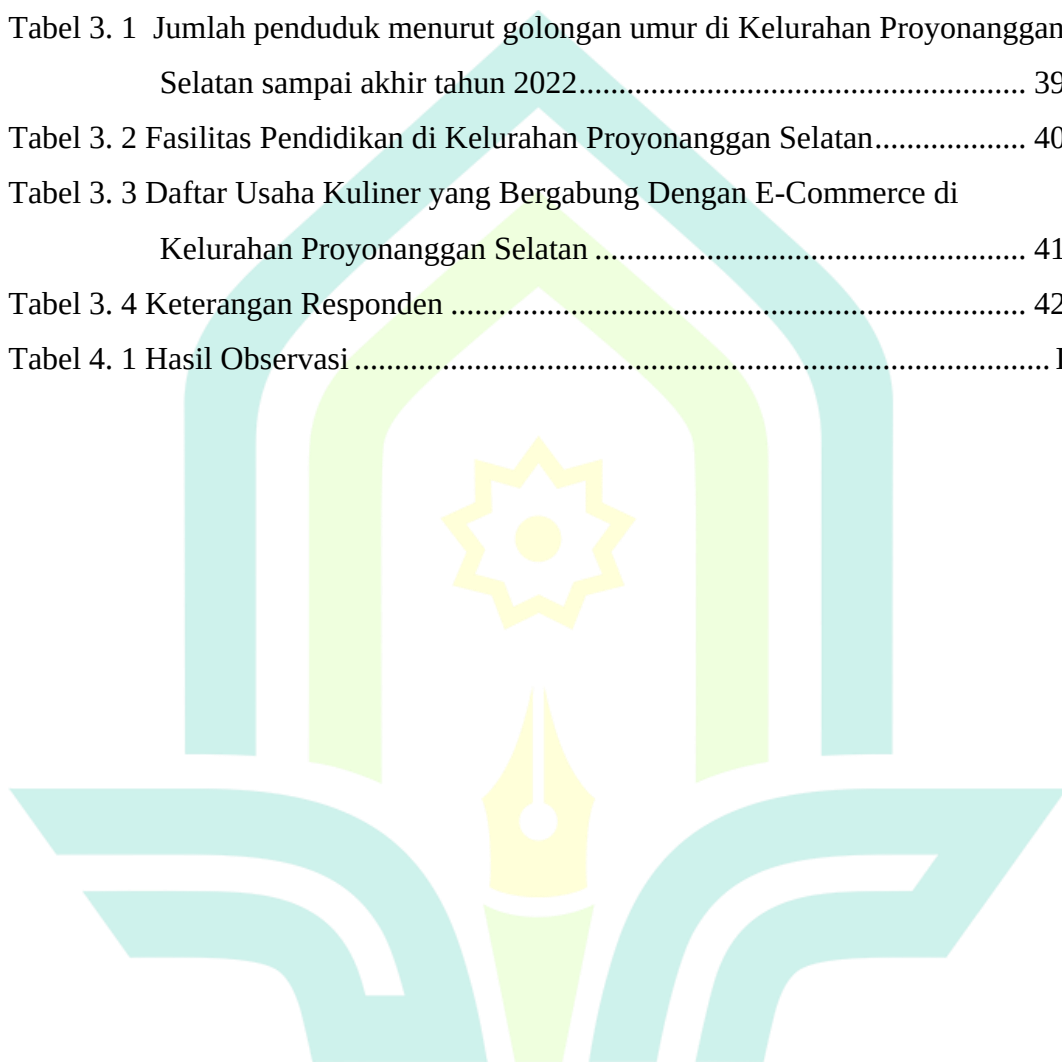
DAFTAR ISI

JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
NOTA PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN	ii
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusah Masalah	8
C. Tujuan Dan Manfaat	8
1. Tujuan.....	8
2. Manfaat.....	8
D. Sistematika Pembahasan	9
BAB II LANDASAN TEORI	11
A. Landasan Teori.....	11
1. <i>E-Commerce</i>	11
2. Digital Marketing	15
3. Sertifikasi Halal	19
4. Perilaku Konsumen	21
B. Telaah Pustaka	24
C. Kerangka Berfikir.....	30
BAB III METODE PENELITIAN	31
A. Metode Penelitian.....	31
1. Jenis Penelitian	31

2. Pendekatan Penelitian.....	32
3. Setting Penelitian.....	32
4. Subjek Penelitian dan Sampel	32
5. Sumber data	33
6. Teknik Pengumpulan Data	33
7. Teknik Keabsahan Data.....	35
8. Metode Analisis Data.	36
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	38
A. Profil Kelurahan Proyonanggan Selatan	38
B. Temuan Lapangan.....	40
1. Dampak <i>E-Commerce</i> terhadap peningkatan penjualan usaha kuliner di Kelurahan Proyonanggan Selatan	40
2. Dampak sertifikasi halal terhadap peningkatan penjualan usaha kuliner di Kelurahan Proyonanggan Selatan	47
C. Pembahasan.....	50
1. Dampak <i>E-Commerce</i> terhadap peningkatan penjualan usaha kuliner di Kelurahan Proyonanggan Selatan	50
2. Dampak sertifikasi halal terhadap peningkatan penjualan usaha kuliner di Kelurahan Proyonanggan Selatan	53
BAB V PENUTUP.....	55
A. KESIMPULAN	55
B. KETERBATASAN PENELITIAN.....	56
C. IMPLIKASI TEORITIS DAN PRAKTIS	56
DAFTAR PUSTAKA.....	58
LAMPIRAN.....	I

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Daftar usaha kuliner yang bergabung dengan E-Commerce di Kelurahan Proyonanggan Selatan	5
Tabel 1. 2 Usaha kuliner yang akan diteliti di Kelurahan Proyonanggan Selatan .	6
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	24
Tabel 3. 1 Jumlah penduduk menurut golongan umur di Kelurahan Proyonanggan Selatan sampai akhir tahun 2022.....	39
Tabel 3. 2 Fasilitas Pendidikan di Kelurahan Proyonanggan Selatan.....	40
Tabel 3. 3 Daftar Usaha Kuliner yang Bergabung Dengan E-Commerce di Kelurahan Proyonanggan Selatan	41
Tabel 3. 4 Keterangan Responden	42
Tabel 4. 1 Hasil Observasi	I



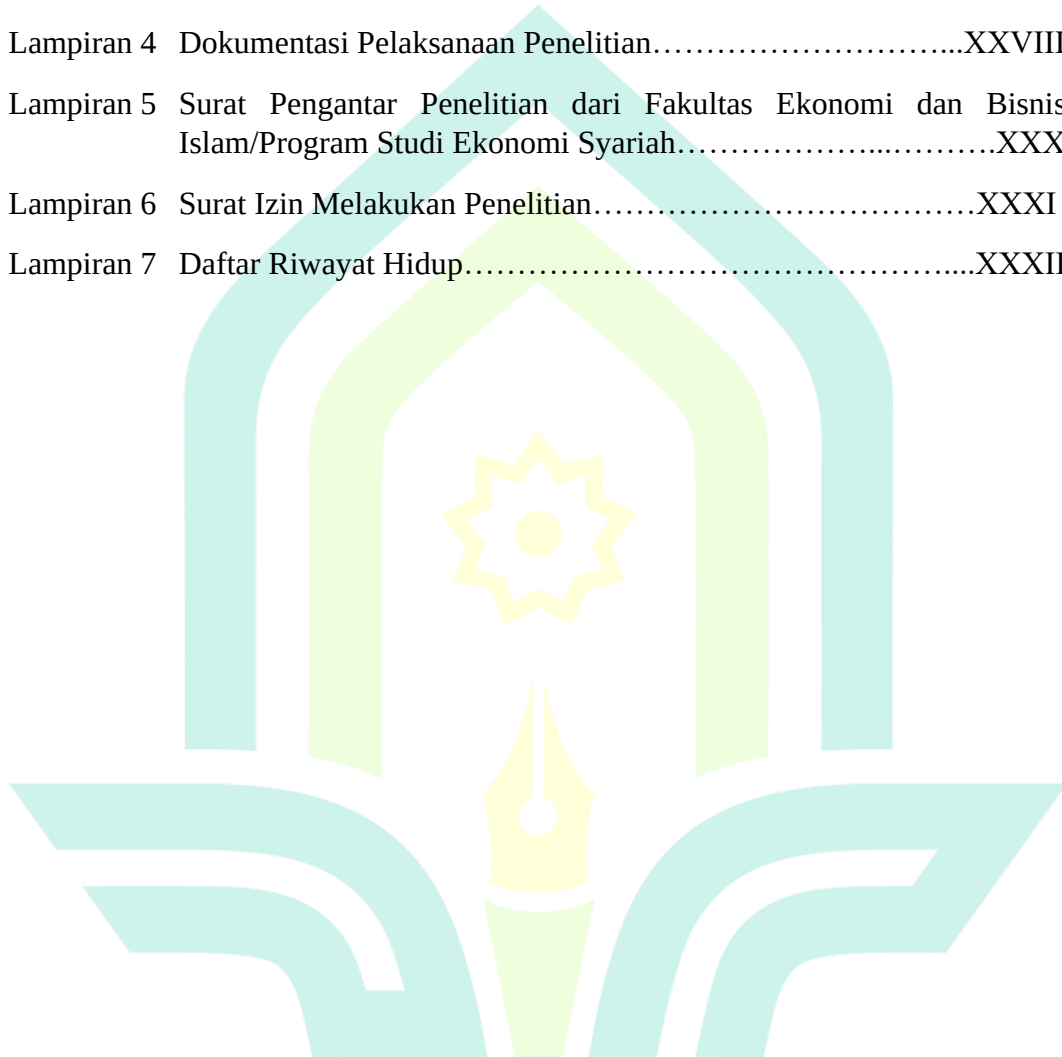
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berfikir.....	30
------------------------------------	----



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Hasil Observasi	I
Lampiran 2	Interview Guide.....	III
Lampiran 3	Transkrip Wawancara.....	IV
Lampiran 4	Dokumentasi Pelaksanaan Penelitian.....	XXVIII
Lampiran 5	Surat Pengantar Penelitian dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam/Program Studi Ekonomi Syariah.....	XXX
Lampiran 6	Surat Izin Melakukan Penelitian.....	XXXI
Lampiran 7	Daftar Riwayat Hidup.....	XXXII



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pesatnya perkembangan teknologi telah membawa perubahan yang cukup signifikan didalam kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia. Sebagai contoh perubahan yang terjadi dalam berkomunikasi, berinteraksi, serta mengakses informasi (Rabbani & Najicha, 2023). Saat ini masyarakat dalam mencari informasi sudah sangat mudah melalui media online, karena media online salah satu faktor yang mempengaruhi perkembangan teknologi, khususnya di bidang ekonomi. Salah satu bentuk nyata dari pengaruh ini adalah kemunculan belanja online (online shopping) atau yang lebih dikenal dengan istilah *E-commerce*. *E-commerce*, atau perdagangan elektronik, merujuk pada aktivitas bisnis yang melibatkan konsumen, penyedia layanan, dan pedagang dengan menggunakan perantara jaringan komputer, yakni internet. *E-commerce* memungkinkan transaksi jual beli dilakukan secara digital, memudahkan proses pembelian produk atau layanan dari berbagai penjuru dunia tanpa batasan waktu dan tempat. *E-commerce* ialah tempat baru yang dapat digunakan dalam meningkatkan usaha bisnis yang dimiliki dengan mengutamakan efektifitas (Suwarni et al., 2022). *E-Commerce* memiliki perkembangan yang cukup pesat di kalangan masyarakat, banyaknya perusahaan yang mempromosikan barang dagangannya melalui website atau sosial media. Contoh *E-Commerce* dalam bidang kuliner ialah *GoFood*, *GrabFood*, dan *ShopeeFood*.

Adanya fitur aplikasi Gojek dan Grab melalui fitur aplikasi *GoFood* dan *GrabFood* bisa dijadikan solusi untuk para pemilik usaha untuk memasarkan produknya. Dengan memanfaatkan kemampuan aplikasi *GoFood* dan *GrabFood*, pedagang dapat mengiklankan barang dagangannya secara gratis bahkan memperoleh sejumlah diskon dari masing-masing aplikasi, yang mendorong pelanggan untuk melakukan pembelian (Cahayani, 2021). ShopeeFood ialah salah satu layanan dari aplikasi Shopee yang berfungsi sebagai platform pemesanan makanan dan minuman, serupa dengan GoFood dari Gojek dan GrabFood dari Grab. Layanan ini mulai beroperasi pada April 2020 dengan fokus awal pada penjualan makanan beku (frozen food), minuman ringan, aneka kudapan manis, dan makanan olahan. Namun, pada awal tahun 2021, ShopeeFood memperluas layanannya dengan menyediakan pemesanan makanan dan minuman dari berbagai mitra industri food and beverage. Perluasan ini juga disertai dengan penambahan mitra driver, yang bertugas mengantarkan pesanan ke konsumen. Hal ini membuat ShopeeFood menjadi salah satu pilihan populer di pasar layanan pengantaran makanan (Piddiani et al., 2022). Dengan adanya *E-Commerce* yang sering digunakan oleh masyarakat untuk memesan makanan, dapat memberikan berbagai dampak baik bagi pelaku usaha ataupun masyarakat itu sendiri. Salah satu manfaat yang diperoleh yaitu dapat membantu meningkatkan penjualan dari produk yang dipasarkan oleh setiap pelaku usaha.

Hal ini didukung oleh penelitian Wahyuni (2020) menunjukkan bahwa *E-Commerce* memberi dampak yang positif bagi penjual yang sudah bermitra

pada *E-Commerce*. Berbeda dengan penelitiannya Shididiqi (2020) menunjukkan bahwa banyak pelaku usaha kuliner yang belum merasakan manfaat dari layanan *E-Commerce*, seperti peningkatan pendapatan yang signifikan, bahkan ada yang sama sekali tidak merasakan perubahan.

Kabupaten Batang ialah sebuah kabupaten yang letaknya di Provinsi Jawa Tengah, Indonesia. Ibu Kotanya ialah Kecamatan Batang Kota. Terdapat 15 Kecamatan, 9 Kelurahan dan 239 Desa. Luas wilayah Kabupaten Batang adalah 788,64 km². Jumlah populasi penduduk Kabupaten Batang adalah 810.393 jiwa. Proyonanggan Selatan merupakan salah satu Kelurahan yang ada di Kabupaten Batang tepatnya di Kecamatan Batang. Di kelurahan Proyonanggan Selatan banyak terdapat usaha kuliner seperti Kedai Tela, Chicken Kaf, Zig Zag, Sego Sambel Gajah Mada, Warung Bu Tikno, Es Teh Desa, Dotuku Jajan, dan lain-lain. Usaha kuliner tersebut tentunya sudah bergabung dengan *E-Commerce* dan sudah bersertifikasi halal. Sertifikasi halal adalah surat keterangan resmi yang dikeluarkan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) di Indonesia. Sertifikasi ini menyatakan bahwa suatu produk, baik makanan, minuman, kosmetik, maupun obat-obatan, telah memenuhi syarat kehalalan sesuai dengan syariat Islam. Proses sertifikasi melibatkan penelitian atau pengamatan terhadap bahan-bahan yang digunakan, proses produksi, dan fasilitas yang terlibat dalam pembuatan produk tersebut. Setelah dinyatakan memenuhi standar halal, perusahaan dapat menggunakan label halal pada produknya, yang memberikan rasa aman dan nyaman bagi konsumen Muslim. Sertifikasi halal juga penting untuk meningkatkan

kepercayaan konsumen dan memperluas pasar, terutama di negara-negara dengan mayoritas penduduk Muslim. Sertifikasi halal dilakukan pada berbagai produk seperti makanan, minuman, kosmetik, dan obat-obatan dengan tujuan utama memberikan kepastian kepada konsumen mengenai kehalalan produk tersebut. Dengan adanya sertifikasi ini, konsumen, khususnya umat Muslim, dapat merasa lebih aman, nyaman, dan yakin bahwa produk yang mereka konsumsi atau gunakan telah memenuhi standar kehalalan yang ditetapkan. Selain itu, sertifikasi halal juga berperan dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap suatu merek atau produk, sekaligus membantu produsen dalam memperluas pasar mereka, baik di dalam negeri maupun di pasar global. Dengan jaminan halal yang telah terverifikasi, konsumen tidak perlu merasa ragu atau khawatir, sehingga mereka dapat menggunakan produk dengan tenang dan tanpa keraguan terhadap kehalalannya (Ramadhani, 2022).

Perkembangan yang pesat diseluruh bidang seperti industri, wisata, pendidikan, kuliner dan lain sebagainya, memunculkan banyak peluang usaha di Kabupaten Batang. Dapat dilihat dari banyaknya UMKM yang ada di Kabupaten Batang. Hal ini sejalan dengan kebutuhan masyarakat yang semakin meningkat akan kebutuhan pokok, dan ini merupakan waktu yang tepat bagi para pengusaha untuk berburu peluang bisnis. Salah satu industri yang berpotensi memperkuat perekonomian Indonesia ialah Usaha Makro Kecil dan Menengah (UMKM). Pertumbuhan UMKM di Indonesia, baik dari segi jumlah maupun kualitasnya yang semakin baik dan memadai. UMKM terus menghadapi berbagai tantangan yang menghambat kemampuannya untuk

berpartisipasi penuh dalam perekonomian nasional. UMKM dalam mempertahankan pendapatan dan produktivitas dapat memanfaatkan *platform E-Commerce* untuk bersaing dan mendapatkan keuntungan. Seiring dengan perubahan perilaku konsumen, dan berkembangnya teknologi para pemilik usaha bisnis harus bisa beradaptasi untuk mempertahankan usaha yang dijalankan (Shakira et al., 2023). Berikut tabel 1.1 menjelaskan daftar usaha bisnis kuliner yang bergabung dengan *E-Commerce* di Kelurahan Proyonanggan Selatan.

Tabel 1. 1 Daftar usaha kuliner yang bergabung dengan E-Commerce di Kelurahan Proyonanggan Selatan

No	Nama Usaha Kuliner	Shopeefood	GrabFood	GoFood
1.	Kedai Tela	✓	✓	✓
2.	Chicken KAF	-	✓	✓
3.	Zig Zag	✓	✓	✓
4.	Sego Sambel Gajah Mada	-	✓	✓
5.	Warung Bu Tikno	✓	✓	✓
6.	Es Teh Desa	✓	✓	✓
7.	Do Tuku Jajan	✓	✓	✓
8.	Wr Lamongan Pendowo	✓	✓	✓
9.	Dhoyan Njajan	-	-	✓
10.	Labmilk	-	✓	✓
11.	Salad'in	-	-	✓
12.	Restu Bumi	✓	✓	✓
13.	Angkringan WK	-	✓	✓
14.	Juice Buah Shegerin	-	-	✓
15.	Samyang Roll	-	-	✓
16.	Warung Mas Kocet	-	-	✓
17.	Mie Ayam Kembar	-	-	✓
18.	Seblak C Buty	✓	✓	✓
19.	Fresh Keandra	✓	✓	-
20.	InStand	-	✓	✓
21.	Es Teller 79	✓	-	✓
22.	Dan lain-lain			

Sumber: Data Aplikasi *Shopeefood*, *GrabFood*, dan *GoFood*

Dari tabel 1.1 menunjukkan bahwa sudah banyak usaha kuliner yang sudah bergabung dengan *E-Commerce*. Karena dengan bergabung dengan *E-Commerce* merupakan salah satu cara atau upaya pemilik usaha kuliner dalam mempromosikan jualannya. Promosi adalah salah satu faktor penting dalam strategi pemasaran yang bertujuan untuk memperkenalkan, menginformasikan, dan meyakinkan pembeli tentang produk atau layanan yang ditawarkan. Promosi menjadi faktor penentu keberhasilan pemasaran karena berperan sebagai alat komunikasi efektif antara perusahaan dan pelanggan. Promosi pada dasarnya merupakan salah satu jenis komunikasi pemasaran. Komunikasi pemasaran ialah segala bentuk aktivitas pemasaran yang bertujuan untuk menyampaikan pesan kepada pasar sasaran. Tujuan utamanya adalah menginformasikan, memengaruhi, mengingatkan, dan membujuk konsumen agar memahami, menerima, membeli, serta tetap loyal terhadap produk atau layanan yang ditawarkan perusahaan (Ayu, 2020). Berikut tabel 1.2 menjelaskan daftar usaha bisnis kuliner yang akan diteliti yang sudah bergabung dengan *E-Commerce* di Kelurahan Proyonanggan Selatan.

Tabel 1. 2 Usaha kuliner yang akan diteliti di Kelurahan Proyonanggan Selatan

No	Nama Usaha Kuliner	<i>Shopeefood</i> (Tahun)	<i>GrabFood</i> (Tahun)	<i>GoFood</i> (Tahun)	Sertifikasi Halal (Tahun)
1.	Kedai Tela	✓ (2020)	✓ (2020)	✓ (2020)	✓ (2023)
2.	Chicken KAF	-	✓ (2023)	✓ (2023)	✓ (2023)
3.	Zig Zag	✓ (2020)	✓ (2020)	✓ (2020)	✓ (2023)
4.	Sego Sambel Gajah Mada	-	✓ (2024)	✓ (2024)	✓ (2024)

No	Nama Usaha Kuliner	Shopeefood (Tahun)	GrabFood (Tahun)	GoFood (Tahun)	Sertifikasi Halal (Tahun)
5.	Warung Bu Tikno	✓ (2024)	✓ (2024)	✓ (2024)	✓ (2024)
6.	Es Teh Desa	✓ (2024)	✓ (2024)	✓ (2024)	✓ (2024)
7.	Dotuku Jajan	✓ (2021)	✓ (2021)	✓ (2021)	✓ (2023)
8.	Es Teller 79	✓ (2024)	-	✓ (2024)	✓ (2024)

Sumber: Data observasi penulis 2024-2025

Tabel 1.2 menunjukan bahwa usaha di bidang kuliner yang ada di Kelurahan Proyonanggan Selatan sudah banyak yang menggunakan *E-Commerce* dan sudah ada sebagian yang sudah bersertifikasi halal untuk membantu penjualan usaha kuliner mereka. Berdasarkan hal tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan kajian lebih mendalam mengenai dampak keberadaan *E-commerce* dan sertifikasi halal terhadap peningkatan penjualan usaha kuliner. Penelitian ini bertujuan untuk memahami sejauh mana *E-commerce* dan sertifikasi halal memengaruhi perkembangan usaha kuliner, manfaat yang dirasakan oleh pelaku usaha, serta kendala yang dihadapi dalam penggunaannya. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas dan solusi bagi pelaku usaha dalam memanfaatkan *E-commerce* dan sertifikasi halal secara optimal. Karena itu, judul penelitian ini ialah **“DAMPAK E-COMMERCE DAN SERTIFIKASI HALAL TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN USAHA KULINER DI KELURAHAN PROYONANGGAN SELATAN”**

B. Rumusah Masalah

Dari latar belakang yang sudah dijelaskan, masalah dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana dampak *E-Commerce* terhadap peningkatan penjualan usaha kuliner di Kelurahan Proyonanggan Selatan?
2. Bagaimana dampak sertifikasi halal terhadap peningkatan penjualan usaha kuliner di Kelurahan Proyonanggan Selatan?

C. Tujuan Dan Manfaat

1. Tujuan

- a. Untuk mengetahui dampak *E-Commerce* terhadap peningkatan penjualan usaha kuliner di Kelurahan Proyonanggan Selatan.
- b. Untuk mengetahui dampak sertifikasi halal terhadap peningkatan penjualan usaha kuliner di Kelurahan Proyonanggan Selatan.

2. Manfaat

- a. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat memperdalam pengetahuan penulis mengenai aspek-aspek yang berkaitan dengan peningkatan penjualan, khususnya pada aspek pemasaran produk kuliner. Dengan demikian, penulis memperoleh wawasan lebih luas dalam mengembangkan penelitian yang serupa di masa depan.

- b. Bagi Pengusaha Kuliner

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan yang berharga bagi pengusaha kuliner, terutama bagi mereka yang belum

memanfaatkan media online sebagai sarana pemasaran. Diharapkan, dengan penerapan hasil penelitian ini, pengusaha kuliner dapat meningkatkan efektivitas promosi dan penjualannya melalui platform digital.

c. Bagi Akademisi

Penelitian ini dapat dijadikan referensi bagi para akademisi dalam pengembangan penelitian lebih lanjut, khususnya yang berkaitan dengan peningkatan penjualan melalui pemanfaatan teknologi digital dan media online. Selain itu, hasil penelitian ini dapat menjadi dasar untuk studi-studi lanjutan yang lebih mendalam mengenai topik serupa.

D. Sistematika Pembahasan

Dalam sistematika pembahasan, peneliti membaginya menjadi lima pokok bahasan, yaitu:

BAB I : PENDAHULUAN

Bagian ini memuat Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian, Sistematika Pembahasan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bagian ini memuat Landasan Teori, Uraian tentang tinjauan pustaka terdahulu dan kerangka teori yang relevan dan terkait dengan tema penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bagian ini memuat tentang Jenis Penelitian, Pendekatan Penelitian, Setting Penelitian, Subjek Penelitian dan Sampel, Sumber data, Teknik Pengumpulan Data, Teknik Keabsahan Data dan Metode Analisis Data.

BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bagian ini berisi tentang Gambaran Umum Objek, Deskripsi Data, Analisis Data, dan Pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Bagian ini memuat kesimpulan, saran-saran atau rekomendasi.



BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai Dampak E-commerce dan Sertifikasi Halal Terhadap Peningkatan Penjualan Usaha Kuliner di Kelurahan Proyonanggan Selatan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Dampak E-Commerce terhadap peningkatan penjualan usaha kuliner di Kelurahan Proyonanggan Selatan peneliti mendapatkan hasil penelitian dari 8 usaha kuliner yang diwawancarai terdapat 7 usaha kuliner yang mengalami peningkatan penjualan. Hal tersebut dapat dilihat dari omzet yang diperoleh sebelum dan sesudah bergabung dengan E-commerce. Lalu ada satu yang tidak merasakan dampak peningkatan penjualan setelah bergabung dengan E-commerce. Selain meningkatkan omzet bergabungnya Usaha kuliner dengan E-commerce juga memberikan dampak lain yaitu sebagai sarana mempromosikan usaha kuliner yang mudah dan efisien.
2. Dampak Sertifikasi Halal terhadap peningkatan penjualan usaha kuliner di Kelurahan Proyonanggan Selatan peneliti mendapatkan hasil penelitian dari 8 usaha kuliner yang diwawancarai tersebut belum merasakan adanya dampak sertifikasi halal terhadap peningkatan penjualan. Dilihat dari beberapa responden yang mengatakan bahwa usaha mereka tidak mengalami peningkatan yang signifikan bahkan ada yang belum pernah merasakan dampak peningkatan penjualan dari adanya sertifikasi halal.

B. KETERBATASAN PENELITIAN

Penelitian kualitatif biasanya bersifat spesifik dan berbasis pada sampel yang relatif kecil, sehingga tidak bisa digeneralisasikan secara luas ke seluruh usaha kuliner. Subjektifitas dalam pengumpulan dan analisis data dapat mempengaruhi hasil penelitian, mengingat data diperoleh dari hasil wawancara dan observasi yang bergantung pada perspektif narasumber serta interpretasi peneliti. Keterbatasan akses terhadap informasi dari pelaku usaha bisa menjadi kendala, terutama jika mereka enggan membagikan data penjualan atau strategi bisnis yang bersifat sensitif. Analisis data dalam penelitian ini membutuhkan waktu yang lebih lama, mengingat prosesnya melibatkan transkripsi wawancara, kategorisasi temuan, serta interpretasi yang mendalam.

C. IMPLIKASI TEORITIS DAN PRAKTIS

Secara Teoritis penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori dalam bidang pemasaran digital atau sering disebut juga dengan digital marketing dan ekonomi halal. Khususnya dalam memahami bagaimana digitalisasi bisnis dan aspek kehalalan suatu produk mempengaruhi peningkatan penjualan usaha kuliner. Penelitian ini juga dapat memperkaya literatur mengenai faktor-faktor yang mendorong pertumbuhan usaha kuliner berbasis E-commerce dengan perspektif yang lebih kontekstual dan mendalam.

Secara praktis, penelitian ini dapat memberikan wawasan bagi pelaku usaha kuliner dalam memanfaatkan E-commerce sebagai strategi pemasaran yang efektif dan efisien. Selain itu pentingnya sertifikasi halal pada suatu produk dalam meningkatkan rasa kepercayaan konsumen muslim. Penelitian ini juga

dapat menjadi referensi bagi pemerintah dan pemangku kebijakan dalam merancang regulasi atau program pendukung yang mendorong digitalisasi UMKM serta meningkatkan kesadaran akan pentingnya sertifikasi halal bagi usaha kuliner. Dengan demikian implikasi penelitian ini tidak hanya berkontribusi pada pengembangan teori, tetapi juga memiliki dampak langsung pada dunia usaha dan kebijakan ekonomi halal di era digital.



DAFTAR PUSTAKA

- Aguspriyani, Y., Polindi, M., Diesy Fitriani, P., Taufik Darmansyah, T., & Mehta Setiadi, R. (2023). Pengaruh Strategi Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomi Islam*, VIII(I), 35–48. <https://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/tawassuth/article/view/14937>
- Apprilisda Ranica Putri, Devi Maria Saadah, Iis Nurkamillah, Silven Yonathan, Sucya Sri Yuliana, & Ricky Firmansyah. (2023). Peran E-commerce Sebagai Media Komunikasi Bisnis Dalam Peningkatan Penjualan UMKM Salaut Di Universitas Teknologi Digital. *Jurnal Kajian Dan Penelitian Umum*, 1(3), 01–16. <https://doi.org/10.47861/jkpu-nalanda.v1i3.181>
- Ardani, W. (2022). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Perilaku Konsumen. *Jurnal Tadbir Peradaban*, 2(1), 40–47. <https://doi.org/10.55182/jtp.v2i1.102>
- Asrah, B., Sima, D., Lubis, H. S., & Tarisa, C. (2024). *Optimalisasi Strategi Digital Marketing Untuk Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Desa Aras, Kecamatan Air Putih, Kabupaten Batubara*. 7(September).
- Ayu, W. R. (2020). *STRATEGI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PADA TOKO BAG CORNER PONOROGO*. 2507(February), 1–9.
- Boby. (2025, Februari 18). *Dampak E-Commerce Dan Sertifikasi Halal Terhadap Peningkatan Penjualan Usaha Kuliner Di Kelurahan Proyonanggan Selatan*.
- Cahayani, M. (2021). Analisis Keberadaan Go Food Dan Grab Food Terhadap Peningkatan Penjualan Usaha Kuliner Di Kelurahan Kekalik Jaya Kota Mataram. *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan)*, 5(1), 90–103. <https://doi.org/10.29408/jpek.v5i1.3333>
- Cahya, A. D., F., M., Martha, D., & Prasetyanto, S. (2021). Analisis layanan go-food dalam meningkatkan penjualan pada kuliner di yogyakarta Analysis of go-food services in increasing sales of culinary in Yogyakarta. *Jurnal Manajemen*, 13(2), 264–272.
- Damayanti, K. D. (2023). *Peran E-Commerce Dalam Perkembangan Bisnis Usaha Kuliner Berskala Mikro Di Kota Surakarta (Studi Kasus Pada Usaha Timlo Mbatiek Surakarta)*.
- Darwito. (2024, November 9). *Dampak E-Commerce Dan Sertifikasi Halal Terhadap Peningkatan Penjualan Usaha Kuliner Di Kelurahan*

Proyonanggan Selatan.

- Dwijayanti, A., Komalasari, R., Harto, B., Pramesti, P., & Alfaridzi, M. W. (2022). Efektivitas Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi dan Pemasaran pada UMKM Sablon Anggi Screen di Era Digital. *Ikra-Ith Abdimas*, 6(2), 68–75. <https://doi.org/10.37817/ikra-ithabdimas.v6i2.2408>
- Fandriansyah, M. A. (2022). *PEMANFAATAN MARKET PLACE GRABFOOD & GOFOOD DALAM PENINGKATAN PENJUALAN PADA UMKM FOOD AND BEVERAGES MAO-MAO CIREBON*. 24(0), 1–23.
- Fatimah, V. (2022). Dampak Penggunaan Aplikasi Layanan Go-Food Dalam Meningkatkan Pendapatan Pengusaha Kuliner Saat Pandemi Covid-19. *KNOWLEDGE: Jurnal Inovasi Hasil Penelitian Dan Pengembangan*, 2(2), 116–124. <https://doi.org/10.51878/knowledge.v2i2.1408>
- Haeruddin, N., Wahida, A., & Maming, R. (2023). Peran Media Sosial dan E-Commerce bagi UMKM dalam Meningkatkan Volume Penjualan. *Jesya*, 6(1), 625–637. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i1.962>
- Hidayatullah, M. S. (2020). Sertifikasi dan Labelisasi Halal Pada Makanan dalam Perspektif Hukum Islam (Perspektif Ayat Ahkam). *YUDISIA : Jurnal Pemikiran Hukum Dan Hukum Islam*, 11(2), 251. <https://doi.org/10.21043/yudisia.v11i2.8620>
- Ikang. (2024, November 10). *Dampak E-Commerce Dan Sertifikasi Halal Terhadap Peningkatan Penjualan Usaha Kuliner Di Kelurahan Proyonanggan Selatan.*
- Indah. (2024, November 10). *Dampak E-Commerce Dan Sertifikasi Halal Terhadap Peningkatan Penjualan Usaha Kuliner Di Kelurahan Proyonanggan Selatan.*
- Maksum. (2024, November 10). *Dampak E-Commerce Dan Sertifikasi Halal Terhadap Peningkatan Penjualan Usaha Kuliner Di Kelurahan Proyonanggan Selatan.*
- Maulidanto, B., & Chandriyanti, I. (2023). Analisis Dampak Kehadiran Layanan Go-Food Terhadap Pendapatan dan Laba UMKM di Banjarmasin Timur. *JIEP: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Pembangunan*, 6(2), 642. <https://doi.org/10.20527/jiep.v6i2.11045>
- Mei. (2024, November 10). *Dampak E-Commerce Dan Sertifikasi Halal Terhadap Peningkatan Penjualan Usaha Kuliner Di Kelurahan Proyonanggan Selatan.*
- Meida. (2024, November 10). *Dampak E-Commerce Dan Sertifikasi Halal Terhadap Peningkatan Penjualan Usaha Kuliner Di Kelurahan*

Proyonanggan Selatan.

- Piddiani, J., Aprilia, I., & Karlina, L. (2022). Efektivitas Penggunaan Aplikasi Online Food Delivery Untuk Meningkatkan Penjualan. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, 2(4), 71–80. <https://doi.org/10.55047/transekonomika.v2i4.143>
- Rabbani, D. A., & Najicha, F. U. (2023). Pengaruh Perkembangan Teknologi terhadap Kehidupan dan Interaksi Sosial Masyarakat Indonesia. *Researchgate.Net*, November, 0–13. https://www.researchgate.net/profile/Dana-Rabbani/publication/375525102_Pengaruh_Perkembangan_Teknologi_terhadap_Kehidupan_dan_Interaksi_Sosial_Masyarakat_Indonesia/links/654dcc8dce88b87031d8db65/Pengaruh-Perkembangan-Teknologi-terhadap-Kehidupan-dan-Inte
- Ramadhani, A. (2022). Implementasi Kewajiban Sertifikasi Halal Pada Produk Makanan dan Minuman UMKM di Kecamatan Beji Depok Studi Implementasi Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. In *Skripsi*.
- Rianty, M., & Rahayu, P. F. (2021). Pengaruh E-Commerce Terhadap Pendapatan UMKM Yang Bermitra Gojek Dalam Masa Pandemi Covid-19. *Akuntansi Dan Manajemen*, 16(2), 153–167. <https://doi.org/10.30630/jam.v16i2.159>
- Risqi, M. (2024, November 9). *Dampak E-Commerce Dan Sertifikasi Halal Terhadap Peningkatan Penjualan Usaha Kuliner Di Kelurahan Proyonanggan Selatan.*
- Shakira, E., Rahmawulan, H. K., & Asih, V. S. (2023). Dampak Penggunaan Platform Digital Terhadap Perkembangan UMKM Indonesia. *Prestise: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Bidang Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1), 32–40. <https://doi.org/10.15575/prestise.v3i1.30447>
- Shididiqi, muhammad hasbi ash. (2020). *Dampak go food terhadap peningkatan penjualan bisnis kuliner* (Issue July).
- Siregar, W. (2023). Analisis Perilaku Konsumen dalam Transaksi di E-commerce. *Indonesian Journal of Computer Science*, 12(6). <https://doi.org/10.33022/ijcs.v12i6.3483>
- Suwarni, E., Astuti Handayani, M., Fernando, Y., Eko Saputra, F., Fitri, F., & Candra, A. (2022). Penerapan Sistem Pemasaran berbasis E-Commerce pada Produk Batik Tulis di Desa Balairejo. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2(2), 187–192. <https://doi.org/10.52436/1.jpmi.570>
- Syafitri, M. N., Salsabila, R., & Latifah, F. N. (2022). Urgensi Sertifikasi Halal

Food Dalam Tinjauan Etika Bisnis Islam. *Al Iqtishod: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Ekonomi Islam*, 10(1), 16–42.
<https://doi.org/10.37812/aliqtishod.v10i1.305>

Syarifudin, M. I. (2022). *Strategi Pemasaran Bisnis Menggunakan Influencer Pada Media Sosial Instagram UMKM Sweetdrips.id (ditinjau Dari Teori Aisas)*. 1–63.

Wahyuni, S. (2020). Analisis Dampak Keberadaan Go Food dan Grab Food terhadap Peningkatan Penjualan Usaha Kuliner (Studi Kasus: Pelaku Usaha Kuliner di Kelurahan Sei Kera Hilir II Kecamatan Medan Perjuangan Kota Medan). *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan*.

Wardani, P. A. K., Reinaldy, F. R., & Tyas, I. P. (2021). Analisis Faktor-Faktor Keputusan Pembelian Makanan Dengan Menggunakan Jasa Shopeefood. *Media Mahardhika*, 2(1), 164–192.
<https://doi.org/10.29062/mahardhika.v19i3.274>

