

***PENGARUH DIGITALISASI DAN PEMAHAMAN MODERASI BERAGAMA
TERHADAP PENDAPATAN INDUSTRI HALAL PASCA PANDEMI COVID 19 DI
KOTA PANGKALPINANG***

***THE INFLUENCE OF DIGITALIZATION AND UNDERSTANDING OF RELIGIOUS
MODERATION ON HALAL INDUSTRY INCOME POST THE COVID 19 PANDEMIC
IN PANGKALPINANG CITY***

Himmatul Ulyah

Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam, Program Studi Akuntansi Syariah, IAIN Syaikh
Abdurrahman Siddik Bangka Belitung, Indonesia
himmatul_ulyah@iainsasbabel.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini menguji pengaruh digitalisasi dan pemahaman moderasi beragama terhadap pendapatan industri halal. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan analisa menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian didaaptkan bahwa digitalisasi berpengaruh terhadap pendapatan industri halal, pemahaman moderasi beragama tidak berpengaruh terhadap pendapatan industri halal serta jika diujikan secara simultan maka digitalisasi dan pemahaman moderasi beragama berpengaruh terhadap pendapatan industri halal.

Kata Kunci: Digitalisasi, Pemahaman Moderasi Beragama, Pendapatan

ABSTRACT

This study examines the effect of digitalization and understanding of religious moderation on halal industry revenues. This study used quantitative methods with analysis using multiple linear regression. The results of the study found that digitalization affects the income of the halal industry, the understanding of religious moderation does not affect the income of the halal industry and if tested simultaneously, digitalization and understanding of religious moderation affect the income of the halal industry.

Keywords: Digitalization, Understanding Religious Moderation, Income

PENDAHULUAN

Industri halal menjadi magnet dan trend dunia saat ini. Data yang dihimpun oleh *State Of The Global Islamic Report* 2019 seperti yang tertulis didalam penelitian Fathoni (2020) menunjukkan bahwa ada sebanyak 1,8 miliar penduduk muslim yang telah menjadi pelanggan atau konsumen dari produk halal di seluruh dunia. Diprediksi konsumen produk halal akan terus bertambah setiap tahunnya dan diperkirakan akan naik sebesar 5,2% setiap tahun. Data dari *State Of The Global Islamic Report* 2019 juga menemukan bahwa *Compound Annual Growth Rate* (CAGR) industri halal akan meningkat hingga 6,2% pada tahun 2024 serta besaran dana konsumen yang dikeluarkan untuk konsumsi produk halal juga diprediksi akan meningkat hingga mencapai USD 3,2 triliun pada tahun 2024. Dari data tersebut, maka kita dapat mengetahui bahwa industri halal mempunyai masa depan yang sangat cerah.

Indonesia dengan total jumlah penduduk pada tahun 2021 sebesar 273,32 juta jiwa dan penduduk yang beragama Islam sebesar 237,53 juta jiwa atau setara dengan 86,9%, maka hal ini menjadikan Indonesia sebagai pasar besar untuk konsumsi dan industri produk halal di dunia, hal ini juga didukung dengan data konsumsi halal di Indonesia mencapai USD 144 mliyar pada tahun 2019. Akan tetapi pada akhir tahun 2019 sampai saat ini, dunia masih berproses dan terus berbenah setelah digempur oleh pandemi covid 19, termasuk Indonesia. Selama masa pandemi covid 19, perekonomian Indonesia mengalami perlambatan, hal ini disebabkan karena banyak industri yang terdampak pandemi covid 19. Usaha Mikro Kecil (UMK) terdampak cukup signifikan terhadap pandemi dengan penurunan pendapatan sebesar 67,77%. Begitu juga dengan pelaku industri halal, data yang dirilis oleh Bank Indonesia, sebanyak 75% dari pelaku industri halal terdampak pandemi covid 19.

Pemerintah tidak tinggal diam untuk memulihkan perekonomian. Salah satu yang terus digalakkan adalah melalui digitalisasi. Pemerintah mendorong pelaku usaha terutama pelaku UKM untuk melek digital, dengan harapan digitalisasi dapat membantu percepatan pemasaran, menghemat biaya industri dan mempermudah serta mempercepat proses pencatatan dan pencarian data. Digitaliasi juga akan meningkatkan metadata yang dapat digunakan untuk menganalisa banyak hal, seperti menganalisa pangsa pasar, menganalisa keuntungan, kerugian serta dapat juga digunakan sebagai *quality control*. Digitalisasi dapat semakin mendekatkan mata rantai antara produsen dan konsumen (Novita et al., 2022).

Beberapa penelitian mengenai pengaruh digitalisasi terhadap pendapatan telah dilakukan. Febriyantoro dan Arisandi (2018) menyatakan bahwa penggunaan digital marketing membantu pelaku UMKM untuk bisa menginformasikan dan berinteraksi langsung dengan konsumen mengenai barang dagangannya, sehingga dapat memperluas pangsa pasar dan dapat meningkatkan pendapatan. Hasil penelitian berbeda ditemukan oleh Safrianti (2020) yang menyatakan bahwa transaksi online ternyata tidak berpengaruh signifikan terhadap pendapatan, hal ini dikarenakan eksistensi e-commerce masih belum cukup mumpuni di tengah masyarakat. Dari dua penelitian di atas diketahui ternyata digitalisasi tidak sepenuhnya berpengaruh terhadap pendapatan, dan hal ini yang perlu kita kaji dan teliti kembali, setelah pandemi covid 19 dengan semakin menjamurnya digitalisasi apakah akan berpengaruh terhadap pendatan, khususnya pendapatan para pelaku industri halal.

Dengan segudang manfaat yang didapatkan jika industri halal dapat terdigitalisasi, bukan berarti digitalisasi tidak memiliki titik lemah. Salah satu dampak dari semakin mudah dan meningkatnya digitalisasi adalah ketersediaan informasi yang semakin bebas

sehingga peluang munculnya hoax atau berita tidak benar akan semakin besar pula. Informasi hoax berpeluang memecah belah bangsa ditengah upaya Indonesia untuk memulihkan perekonomian pasca pandemi covid 19, sehingga diperlukan sebuah upaya untuk dapat menguatkan masyarakat Indonesia dalam menjalankan kehidupan berbangsa dan bernegara.

Dalam kondisi ini pemahaman mengenai moderasi beragama perlu dihadirkan sebagai penetralisir untuk menghadapi perkembangan industri digital. Moderasi beragama berhubungan erat dengan keragaman yang ada di Indonesia. Dasar dari moderasi adalah mencari persamaan bukan mempertajam perbedaan yang dapat memecah belah. Seseorang yang memiliki pemahaman moderasi beragama akan cenderung tidak mudah percaya terhadap hal yang masih belum terbukti kebenarannya, karena dia akan berada di tengah dan tidak akan condong kesalah satu sisi.

Pelaku industri halal saat ini mempunyai konsumen bukan hanya muslim, tetapi juga memiliki banyak konsumen atau pembeli dari nonmuslim. Hal ini terlihat dari semakin banyaknya peminat produk industri halal dari negara nonmuslim. Fenomena ini menuntut para pelaku industri halal untuk bertindak moderat dengan meningkatkan sikap toleransi, menghargai perbedaan dan menghormati tradisi atau budaya orang lain. Sikap moderat akan menciptakan kedamaian dan kerukunan sehingga hal ini akan berpengaruh positif dalam perekonomian, hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Zikwan (2022) menyatakan bahwa ekonomi Islam memiliki nilai moderasi yang menggambarkan tentang beberapa komponen diantaranya yakni ekonomi Islam tidak hanya menyangkut kebutuhan sosial tetapi juga spiritual, tidak hanya menyangkut kebutuhan individu tetapi juga kebutuhan masyarakat sekitar.

Dari fenomena diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang

pengaruh digitalisasi dan pemahaman moderasi beragama terhadap pendapatan industri halal di Kota Pangkalpinang. Kota Pangkalpinang menjadi fokus penelitian karena kota ini memiliki pelaku industri halal terbesar seprovinsi kepulauan Bangka Belitung. Dari data LPPOM MUI Provinsi Kepulauan Bangka Belitung tercatat sebanyak 2357 UKM di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung telah tersertifikasi halal, dengan rincian Kab. Bangka Barat sebanyak 204, Kab Bangka Tengah sebanyak 366, Kab Bangka Selatan sebanyak 366, Kab Bangka sebanyak 393, Kab Belitung Timur sebanyak 171, Kab Belitung sebanyak 369 dan Kota Pangkalpinang sebanyak 488 UMK tersertifikasi halal.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan Analisa regresi berganda. Pendekatan kuantitatif menggunakan data primer dengan menggunakan kuisioner sebagai bahan untuk mengumpulkan data yang selanjutnya dianalisa untuk dapat menjawab rumusan masalah dan hipotesis yang telah dibuat. Penelitian ini menggunakan SPSS sebagai alat bantu Analisa data. Penelitian ini mencakup kota Pangkalpinang di Provinsi Bangka Belitung. Obyek penelitian ini adalah para pelaku industri halal yang berada di kota Pangkalpinang. Data penelitian ini merupakan data primer yang didapatkan dari hasil survey dengan menggunakan kuisioner. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 488. Dari populasi tersebut dilakukan random sampling dengan rumus $n = (N)/(1+N.e^2) = (488)/(1+488.0,05^2) = 220$ sampel

Skala pengukuran untuk masing masing variabel dijelaskan sebagai berikut :

Tabel 1. Skala Digitalisasi

No	Dimensi	Indikator	Nomor Item
	Operasioanal	Penggunaan pemasaran online	1,2

Keuangan	Penggunaan penjualan online	3,4
	Penggunaan pembayaran Online	5,6
	Penggunaan pencatatan Online	7

Sumber : diolah (2023)

Skala moderasi beragama yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan skala yang disusun berdasarkan dimensi moderasi beragama yang dikemukakan oleh Kementerian Agama (2019).

Tabel 2. Skala Moderasi Beragama

No	Dimensi	Indikator	Nomor Item
1	Komitmen kebangsaan	Menerima Pancasila sebagai ideologi negara	1,2
2	Toleransi	Sikap Nasionalisme	3,4
		Sikap menerima setiap perbedaan	5,6
3	Anti Kekerasan	Tidak mengganggu agama lain dalam menjalankan keyakinan	7,8
		Tidak menunjukkan sikap radikal atas nama agama	9,10
4	Akomodatif Terhadap Budaya Lokal	Memiliki pemahaman moderat terhadap praktik keagamaan	11,12
		Menerima praktik amaliyah keagamaan yang mengakomodasi tradisi lokal	13,14

Sumber : Diolah (2023)

Tabel 3. Skala Pendapatan

No	Dimensi	Indikator	Nomor Item
1	Pendapatan Operasional	Banyaknya penjualan akan meningkatkan pendapatan	1,4,5
		Banyaknya kapasitas	2

2	Pendapatan Non Operasional	barang produksi/persediaan akan meningkatkan pendapatan	3
		Kapasitas tenaga kerja akan berdampak pada pendapatan	8
2	Pendapatan Non Operasional	Investasi akan meningkatkan pendapatan	7
		Fasilitas yang baik akan berdampak pada pendapatan	

Sumber : Diolah (2023)

Penelitian ini menggunakan teknis analisis regresi berganda. Teknis ini digunakan untuk mengetahui hubungan seberapa besar pengaruh antara variabel variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Persamaan fungsinya dirumuskan sebagai berikut :

$$Y = \alpha + (\beta_1 X_1) + (\beta_2 X_2) + e$$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Tabel 4. Uji Hipotesis Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients	Standard Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	14.895	2.206		6.751	.000
digitalisasi	.569	.069	.513	8.210	.000
Moderasi	-.011	.026	-.026	-.413	.680

a. Dependent Variable: pendapatan

$$Y = 14,895 + 0,569 * X_1 - 0,011 * X_2$$

- Nilai konstanta yang di peroleh sebesar 14,895 maka bisa diartikan bahwa jika variabel independen naik satu satuan secara merata, maka variabel dependen akan naik sebesar 14,895.
- Nilai koefisien regresi variabel X₁ bernilai (+) positif sebesar 0,569, maka bisa diartikan bahwa jika variabel X₁

naik maka variabel Y juga ikut naik sebesar 0,569, begitupun sebaliknya.

- Nilai koefisien regresi variabel X2 bernilai (-) negatif sebesar -0,011, maka bisa diartikan bahwa jika variabel X2 menurun, maka variabel Y juga ikut menurun sebesar - 0,011, begitupun sebaliknya.

Uji Parsial (Uji t)

Pengujian uji t memiliki tujuan, yaitu untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara signifikan. Uji statistik t memberikan petunjuk seberapa jauh pengaruh secara individu satu variabel X terhadap menerangkan variasi variabel Y. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, yaitu dengan menentukan hasil analisis pengaruh digitalisasi dan pemahaman moderasi beragama terhadap pendapatan. Untuk melihat hasil uji t dengan melihat nilai sig pada variabel independen. Hipotesis yang digunakan adalah sebagai berikut :

H_0 : Variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen

H_1 : Variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen

Sig < Alpha (0,05), maka H_0 ditolak, H_1 diterima

Sig > Alpha (0,05), maka H_1 ditolak, H_0 diterima

Adapun hasil uji parsial (uji T) sebagai berikut :

Tabel 5. Uji Parsial
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	14.895	2.206		6.751	.000
digitalisasi	.569	.069	.513	8.210	.000
Moderasi	-.011	.026	-.026	-.413	.680

b. Dependent Variable: pendapatan

- Variabel X1 yaitu digitalisasi memiliki nilai *t-statistic* sebesar 8,210 dengan

nilai *sig* sebesar $0,000 < 0,05$. Maka H_0 ditolak, H_1 diterima. Dapat di tarik kesimpulan bahwa variabel X1 (digitalisasi) berpengaruh signifikan terhadap variabel Y yaitu Pendapatan.

- Variabel X2 yaitu Moderasi beragama memiliki nilai *t-statistic* sebesar -0,011 dengan nilai *probability* sebesar $0,680 > 0,05$. Maka H_1 ditolak, H_0 diterima. Dapat di tarik kesimpulan bahwa variabel X2 (Moderasi Beragama) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Y yaitu Pendapatan.

Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan atau disebut dengan uji F bertujuan untuk menguji secara bersamaan atau serentak pengaruh digitalisasi dan moderasi beragama terhadap pendapatan. Untuk melihat hasil uji F dengan melihat nilai Sig. Pengujian ini dilakukan dengan uji F (Alpha = 0,05).

Hipotesis yang digunakan adalah sebagai berikut :

H_0 : Variabel independen (X1, X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y)

H_1 : Variabel independen (X1, X2) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y)

Sig < Alpha (0,05), maka H_0 ditolak, H_1 diterima

Sig > Alpha (0,05), maka H_1 ditolak, H_0 diterima

Adapun hasil uji F sebagai berikut :

Tabel 6. Uji Simultan
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	343.301	2	171.651	33.708	.000 ^b
Residual	962.443	189	5.092		
Total	1305.745	191			

a. Dependent Variable: pendapatan

b. Predictors: (Constant), Moderasi, digitalisasi

Diketahui *F-statistik* sebesar 33,708 dengan nilai *sig* sebesar $0,000 < 0,05$. Maka H_0 ditolak, H_1 diterima. Dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel independen X1

(digitlisasi), dan X2 (moderasi beragama) berpengaruh signifikan secara simultan (bersamaan) terhadap variabel dependen Y yaitu Pendapatan.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefesien determinasi (R^2) adalah regresi yang mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Adapun tujuan dari koefesien determinasi ini untuk mengukur seberapa besarnya pengaruh variabel bebas terhadap varaibel terikat. Untuk melihat hasil uji R^2 dengan melihat nilai *Adjusted R-squared*. Adapun hasil uji koefesien determinasi sebagai berikut :

Tabel 7. Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.513 ^a	.263	.255	2.25661	1.663

a. Predictors: (Constant), Moderasi, digitalisai

b. Dependent Variable: pendapatan

Diketahui nilai *adjusted R square* sebesar 0,255. Maka dapat diambil kesimpulan bahwa pengaruh variabel independen X1 (digitaliasi), dan X2 (moderasi beragama)) terhadap variabel dependen Y yaitu pendapatan secara simultan (bersamaan) sebesar 25,5%. Sedangkan sisanya sebesar 74,5% dipengaruhi variabel lain diluar penelitian ini. Adapun alasan kenapa nilai uji koefesien determinasi (uji R^2) memiliki nilai kecil karena variabel yang digunakan dalam penelitian ini hanya sedikit, sedangkan nilai uji R^2 akan selalu meningkat apabila adanya penambahan variabel bebas dalam dalam satu model.

Pengaruh Digitalisasi Terhadap Pendapatan Industri Halal Pasca Pandemi Covid 19

Deegan dan Tanner (2002) mendefinisikan digitalisasi sebagai proses konversi dari segala bentuk dokumen tercetak atau yang lain ke dalam penyajian bentuk digital . Dalam industri halal digitalisasi dapat dilakukan untuk banyak

hal, seperti digitalisasi pemasaran dan digitalisasi pencatatan (akuntansi). Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan dengan menggunakan SPSS diketahui bahwa digitalisasi berpengaruh terhadap pendapatan. Hasil uji menunjukkan bahwa nilai sig digitalisasi sebesar 0,000 dan lebih kecil < dari 0,05 sehingga digitalisasi berpengaruh terhadap pendapatan industri halal pasca pandemi covid 19. Hasil penelitian ini mendukung penelitian Setiawati (2017) serta Febriyantoro dan Arisandi (2018) yang mengemukakan bahwa pemasaran online berpengaruh terhadap pendapatan. Hal ini sejalan dengan prinsip yang dikemukakan oleh Warren (2014) yang menyatakan bahwa semakin besar penjualan akan meningkatkan pendapatan. Salah satu hal yang dapat dilakukan untuk meningkatkan penjualan adalah dengan banyak melakukan pemasaran, salah satunya melalui digitalisasi marketing. Seperti saat ini, ketika pandemi melanda, kegiatan konvensional banyak yang tidak dapat dilakukan, sehingga sebagai solusi digitalisasi harus dilakukan agar proses kegiatan sehari hari dapat terus berlanjut, termasuk manajemen pemasaran bagi pelaku usaha. Dengan digitalisasi akan meningkatkan kemudahan dan mempercepat tersampainya informasi sehingga dapat juga menjadi salah satu indikator peningkatan penjualan yang akan berdampak pada peningkatan pendapatan

Pengaruh Moderasi Beragama Terhadap Pendapatan Industri Halal Pasca Pandemi Covid 19

Akhmadi (2019) dalam penelitiannya menyatakan bahwa dalam menghadapi keberagaman diperlukan moderasi, dimana sikap ini berupa pengakuan atas keberadaan pihak lain, toleransi serta menghormati perbedaan pendapat dan tidak memaksakan kehendak lewat kekerasan. Zikwan (2022) menyatakan bahwa ekonomi Islam memiliki nilai moderasi yang menggambarkan tentang beberapa

komponen diantaranya yakni ekonomi Islam tidak hanya menyangkut kebutuhan sosial tetapi juga spiritual, tidak hanya menyangkut kebutuhan individu tetapi juga kebutuhan masyarakat sekitar. Hasil uji menunjukkan bahwa nilai sig digitalisasi sebesar 0,680 dan lebih besar $>$ dari 0,05 sehingga Moderasi Beragama tidak berpengaruh terhadap pendapatan industri halal pasca pandemi covid 19. Hal ini tidak sejalan dengan pendapat yang dikemukakan Akhmadi (2019) dimana semakin moderat seseorang akan semakin meningkatkan stabilitas dan berdampak positif pada perekonomian sehingga dapat meningkatkan penjualan dan pendapatan para pelaku usaha. Hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian yang pernah dilakukan mengenai pengaruh moderasi beragama terhadap perekonomian karena ketika pandemi covid 19 interaksi antara umat beragama menjadi jarang terjadi, sehingga gesekan menjadi lebih kecil, konflik juga minim karena pada saat itu semua elemen masyarakat sedang fokus dalam menghadapi covid 19. Dampak dari covid 19, usaha usaha mulai beralih ke digitalisasi sehingga pasar semakin luas dan pelanggan juga semakin banyak tanpa memandang agama dan suku.

Pengaruh Digitalisasi dan Moderasi Beragama Terhadap Pendapatan Industri Halal Pasca Pandemi Covid 19

Hasil uji simultan bahwa nilai sig sebesar 0,000 dan lebih kecil $<$ dari 0,05 sehingga digitalisasi dan moderasi beragama berpengaruh terhadap pendapatan industri halal pasca pandemi covid 19. Hal ini mendukung teori yang dikemukakan oleh Warren (2014) bahwa semakin tinggi penjualan akan meningkatkan pendapatan. Penjualan dapat ditingkatkan salah satunya dengan melakukan digital marketing melalui media sosial dan melakukan penjualan online melalui *e commers* atau *market place*. Moderasi beragama adalah sudut pandang yang tidak condong ke kanan atau ke kiri, sikap netral dan memberikan toleransi

terhadap semua kalangan. Dengan tidak membedakan, maka akan meningkatkan kondusifitas karena akan meminimalkan konflik (akhmadi, 2019). Jika stabilitas terjaga, maka perekonomian akan stabil, iklim investasi akan meningkat, lowongan pekerjaan juga akan meningkat sehingga akan meningkatkan juga penghasilan dan daya beli Masyarakat. Ketika daya beli masyarakat meningkat, maka akan meningkatkan pendapatan para pelaku usaha, termasuk para pelaku industri halal. Semakin baik para pelaku industri halal menggunakan digitalisasi dan semakin baik pemahaman seseorang terhadap moderasi beragama maka akan semakin berdampak positif terhadap pendapatan yang akan dihasilkan.

PENUTUP

Kesimpulan dari penelitian ini didapatkan bahwa digitalisasi berpengaruh terhadap pendapatan hal ini dikarenakan semakin besar penjualan akan semakin meningkatkan pendapatan dan salah satu untuk meningkatkan penjualan yang efektif setelah pandemi covid 19 adalah melalui digitalisasi, sedangkan pemahaman moderasi beagama tidak berpengaruh terhadap pendapatan, hal ini karena ketika pandemi covid 19 interaksi manusia semakin berkurang, konflik menjadi minim dan sesama umat manusia saling bahu membahu menghadapi covid 19 tanpa memandang agama dan suku, Dampak dari covid 19, usaha usaha mulai beralih ke digitalisasi sehingga pasar semakin luas dan pelanggan juga semakin banyak tanpa memandang agama dan suku. Uji simultan yang dilakukan mendapatkan bahwa jika digitalisasi dan moderasi beragama diuji secara bersama sama akan perdampak/berpengaruh terhadap pendapatan pelaku industri halal hal ini karena Semakin baik para pelaku industri halal menggunakan digitalisasi dan semakin baik pemahaman seseorang terhadap moderasi beragama maka akan semakin berdampak positif terhadap pendapatan yang akan dihasilkan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih ditujukan kepada Kementerian Agama atas *support* dana penelitian litabdimas, para responden selaku industry halal yang berkenan menjadi subjek penelitian, serta semua pihak yang telah membantu terlaksananya penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Akhmadi, A. (2019). Moderasi Beragama Dalam Keragaman Indonesia Religious Moderation in Indonesia ' S Diversity. *Jurnal Diklat Keagamaan*, 13(2), 45–55.
- Ali, N. (2020). Measuring Religious Moderation among Muslim Students at Public Colleges in Kalimantan Facing Disruption Era. *Inferensi: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan* 14 (1): 1-24
- Deegan, M., & Tanner, S. (2002). Digital futures: strategies for the information age (pp. 162-173). Neal-Schuman Publishers.
- 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>
- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan digital marketing bagi usaha mikro, kecil dan menengah pada era masyarakat ekonomi ASEAN. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 1(2), 61-76.
- Ghozali Imam, 2012. Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 20, (Semarang: Badan Penerbit Undip)
- Harto, D., Pratiwi, S. R., Utomo, M. N., & Rahmawati, M. (2019). Penerapan Internet Marketing Dalam Meningkatkan Pendapatan Pada UMKM. *JPPM (Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat)*, 3(1), 39. <https://doi.org/10.30595/jppm.v3i1.3033>
- Hussain, R.M. (2015). Moderationology: An Islamic Introduction to Reassurance the Curriculum of Moderation in Contemporary Islamic Thought and Behavior. *International Journal of Scientific and Research Publications*, 5 (4): 1-9.
- Kbbi, K. B. B. I. (2016). Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Kementerian Pendidikan Dan Budaya.
- Kementerian Agama (2019). Moderasi Beragama. Jakarta: Badan Litbang dan Diklat Keagamaan.
- Kieso, D. E., Weygandt, J. J., Warfield, T. D., Wiecek, I. M., & McConomy, B. J. (2019). *Intermediate Accounting*, Volume 2. John Wiley & Sons.
- Kuni, T. (2001). *Digital Libraries*.
- Mohammed, B., & Kamali, H. (2015). The middle path of moderation in Islam: the Qur'anic principle of wasatiyyah. *Choice Reviews Online*, 53(03), 53-1226-53–1226. <https://doi.org/10.5860/choice.193045>
- Novita, N. A., Oktianingrum, S., & Sanjaya, V. F. (2022). Pengaruh Digitalisasi Pemasaran (Pemasaran Online) Terhadap Peningkatan Pendapatan Umkm Pada Perspektif Ekonomi Syariah Di Kota Bandar Lampung. *Al-Dzahab*, 3(1), 1–9. <https://doi.org/10.32939/dhb.v3i1.1037>
- Safrianti, T. N. (2020). Pengaruh Transaksi Online (E-commerce), Modal, dan Lama Usaha Terhadap Peningkatan Pendapatan UMKM di Kabupaten Tegal.
- Setiawati, I. (2017). Pengaruh Strategi Pemasaran Online Terhadap Peningkatan Laba Umkm. *Strategi Komunikasi Pemasaran*, 20, 1–5. <file:///C:/Users/BAYU/Downloads/Documents/263-760-1-PB.pdf>
- Zikwan, M. (2022). “WASATHIYYAH AL-IQTISHADIIYAH” Integrasi Nilai Moderasi pada Ekonomi Islam. *Proceedings of Annual Conference for Muslim Scholars*, 6(1), 1058–1068. <https://doi.org/10.36835/ancoms.v6i1.434>