

Studi Kelayakan Pendirian Usaha Berbasis Syariah Pada Sektor Digital (E-Commerce Halal)

Asika^{a,1*}, Nurul Aini^{b,2}, Ath Thahirah^{c,3}, M. Nur Fadil^{d,4}

^{1,2,3}STAI DDI Pinrang

Email: asikaakur@gmail.com, nurul.a0873@gmail.com, athahirah60@gmail.com

*Corresponding Author

DOI:

ABSTRACT

Keywords:

Halal E-Commerce; Sharia-Based Business; Business Feasibility Analysis; Islamic Economics; Digital Technology; Sharia Compliance.

This study aims to evaluate the feasibility of establishing a Sharia-based business in the halal e-commerce industry by examining multiple dimensions, including market and marketing, technical and operational aspects, financial viability, as well as legal and Sharia compliance considerations. This study employs a literature review approach, with data collected from various sources, including scholarly journal articles, books, and other relevant documents, which are subsequently analyzed descriptively through content analysis. The findings indicate that increasing public awareness of halal products, coupled with the rapid development of digital technology, has created substantial market opportunities for halal e-commerce. From a technical and operational perspective, the development of such businesses is relatively feasible due to the availability of digital infrastructure, although challenges remain in terms of human resource capacity and digital literacy. Financially, the business demonstrates cost efficiency and offers promising profitability prospects. From a Sharia perspective, however, business feasibility depends fundamentally on the consistent implementation of Islamic principles, including contractual transparency (akad) and the assurance of product halalness. Overall, the findings suggest that Sharia-based halal e-commerce businesses are feasible and hold significant potential for further development. By anticipating existing challenges and optimizing the integration of Sharia principles with digital technological innovation, this business model can serve as an effective and sustainable strategic approach.

Article Info:

Submitted:

14/05/2026

Revised:

20/05/2026

Published:

26/05/2026



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International \(CC BY-SA 4.0\)](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)

PENDAHULUAN

Dalam beberapa tahun terakhir, konvergensi antara e-commerce dan industri halal telah menjadi fokus utama dalam kerangka ekonomi Islam, sejalan dengan meningkatnya kesadaran masyarakat akan konsumsi yang sesuai syariah. Kemajuan teknologi digital telah mendorong peralihan model bisnis konvensional ke ranah daring, sehingga mengubah pola transaksi dan membuka peluang pasar yang lebih luas. Situasi ini menghadirkan peluang sekaligus tantangan bagi para pelaku industri halal, terutama dalam memastikan kepatuhan terhadap standar halal di setiap tingkatan operasional. Sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia, Indonesia memiliki potensi strategis untuk memanfaatkan tren ini guna memperkuat perekonomian nasional dan menumbuhkan ekosistem halal yang terintegrasi, kompetitif, dan berkelanjutan di tengah evolusi ekonomi digital yang tak terelakkan (Koswara, 2025).

Melalui perluasan akses internet dan adopsi teknologi digital, ekonomi digital telah menjadi tulang punggung pertumbuhan ekonomi global, sementara sektor e-commerce Indonesia telah mencatat kemajuan yang luar biasa. Pada tahun 2021, jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai sekitar 191 juta, dengan tren kenaikan yang konsisten. Hal ini membuka peluang bagi kemajuan industri halal di sektor makanan, kosmetik, farmasi, mode, dan pariwisata. Pada tahun 2020, konsumsi produk halal di sektor makanan dan minuman mendominasi pasar Indonesia dengan nilai sebesar USD 184 miliar. Namun demikian, integrasi e-commer (Koswara, 2025).

Kemajuan teknologi digital telah mengubah cara masyarakat mengonsumsi barang dan jasa halal. Melalui perluasan ekonomi digital, industri halal telah memperoleh peluang untuk memperkuat daya saingnya dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Munculnya platform digital yang khusus menyediakan produk halal merupakan salah satu inovasi utama. Misalnya, platform seperti Tokopedia Salam, Shopee Barokah, dan Blibli Hasanah merupakan bagian dari beragam platform e-commerce, marketplace, dan fintech berbasis halal yang telah muncul, lengkap dengan fitur-fitur yang sesuai Syariah (Cahya Oktaviana & Abdurrahman Wahid Pekalongan, 2025).

Sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia, Indonesia memiliki potensi yang signifikan untuk pengembangan industri halal di tengah era ekonomi digital. Untuk mempercepat digitalisasi industri halal, pemerintah telah merancang sejumlah kebijakan dan inisiatif, termasuk pembentukan ekosistem digital halal dan pemanfaatan teknologi keuangan syariah. Berbagai perusahaan e-commerce juga telah meluncurkan produk dan layanan yang sesuai dengan standar halal melalui aplikasi mereka untuk menarik konsumen Muslim. Langkah ini telah berhasil meningkatkan

kepercayaan pelanggan Muslim terhadap barang dan jasa yang ditawarkan (Cahya Oktaviana & Abdurrahman Wahid Pekalongan, 2025).

Penelitian ini bertujuan untuk melakukan kajian mendalam mengenai peluang pengembangan bisnis digital berbasis syariah serta kontribusinya terhadap perkembangan industri halal dalam kerangka ekonomi digital. Selain itu, penelitian ini berupaya mengidentifikasi tantangan yang terkait dengan penerapan konsep e-commerce halal di Indonesia. Fokus utama penelitian ini mencakup tren dan dinamika industri halal di era ekonomi digital, pendorong dan hambatan perkembangannya, serta strategi untuk meningkatkan daya saing bisnis halal. Dari perspektif akademis, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur mengenai hubungan antara industri halal dan ekonomi digital, sekaligus menyajikan perspektif baru mengenai faktor-faktor yang memengaruhi sektor tersebut. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan oleh pemerintah, pelaku bisnis, dan investor dalam merumuskan strategi yang efektif untuk mengoptimalkan potensi industri halal di tengah ekonomi digital.

TINJAUAN PUSTAKA

Studi Kelayakan Bisnis

Studi kelayakan bisnis adalah proses evaluasi yang dirancang untuk menentukan besarnya potensi keuntungan yang dapat diperoleh dari pelaksanaan suatu kegiatan atau proyek bisnis. Pendekatan ini sangat bergantung pada prediksi, interpretasi, dan perkiraan mengenai berbagai peluang dan hambatan potensial yang mungkin muncul di dunia bisnis di masa depan. Pemilik bisnis sering kali dihadapkan pada beragam peluang dan tantangan, sehingga mereka perlu menilai potensi manfaat dari kegiatan atau peluang tersebut jika dilaksanakan (Putri Wahyuni Arnold et al., 2020).

Studi kelayakan bisnis adalah analisis komprehensif terhadap bisnis atau kegiatan yang direncanakan untuk menentukan kelayakannya. Dengan demikian, studi ini yang juga dikenal sebagai studi kelayakan menjadi faktor penentu dalam proses pengambilan keputusan untuk menerima atau menolak ide atau proyek bisnis yang diusulkan (Putri Wahyuni Arnold et al., 2020).

Menurut Rivai, bisnis yang sah menurut Islam adalah bisnis yang halal, yaitu bisnis yang memenuhi konsep halal dalam hal jenis usahanya dan cara menjalankannya. Allah berfirman dalam Q.S Al-baqarah (2): 172:

Terjemahannya:

“Wahai orang-orang yang beriman, makanlah apa-apa yang baik yang Kami anugerahkan kepadamu dan bersyukurlah kepada Allah jika kamu benar-benar hanya menyembah kepada-Nya”.

Ayat ini menekankan pentingnya harta yang halal dalam ajaran Islam. Umat beriman diajarkan untuk mengonsumsi makanan yang sepenuhnya halal, bekerja dengan cara yang halal, dan mengelola harta mereka melalui cara-cara yang halal.

Studi kelayakan bisnis adalah analisis komprehensif terhadap rencana bisnis yang diusulkan untuk menilai kelayakannya. Pendekatan ini melibatkan pemeriksaan mendalam terhadap perusahaan, di mana data dan informasi yang tersedia dianalisis, diukur, dan dihitung secara menyeluruh menggunakan metode-metode tertentu. Sementara itu, studi kelayakan bisnis syariah adalah evaluasi kelayakan suatu bisnis atau usaha halal berdasarkan prinsip-prinsip syariah, yang digunakan dalam perencanaan investasi dan pengembangan bisnis (Sukmawati & Nasution, 2019).

Sektor Digital (*E-Commerce Halal*)

Sektor digital, khususnya e-commerce halal, merupakan salah satu bentuk transformasi ekonomi terkini yang mengintegrasikan prinsip-prinsip syariah dengan transaksi berbasis teknologi. E-commerce halal telah muncul sebagai solusi inovatif yang memudahkan konsumen Muslim untuk mengakses barang dan jasa yang sesuai syariah secara transparan, mudah, dan dapat dipercaya. Didukung oleh kemajuan teknologi dan sistem transaksi daring, e-commerce halal tidak terbatas pada produk halal saja, tetapi juga mencakup seluruh proses bisnis yang mematuhi prinsip-prinsip syariah, seperti menghindari riba, gharar, dan maisir. Perkembangan e-commerce halal di industri digital mencerminkan meningkatnya kesadaran masyarakat akan urgensi produk halal. Di antara inovasi teknologi yang efektif dan kredibel, e-commerce halal berperan dalam meningkatkan efisiensi distribusi produk halal. Platform toko online halal mendorong para wirausahawan untuk memproduksi produk yang sesuai syariah melalui pemasaran online dan transaksi harian di platform digital berbasis Syariah (Purnomo et al., 2023).

Industri halal merujuk pada berbagai kegiatan yang mencakup mulai dari pengadaan bahan baku hingga produksi barang-barang halal, dengan memanfaatkan sumber daya dan metode yang diizinkan menurut hukum Islam. Di Indonesia, industri halal diprediksi akan tumbuh pesat berkat dukungan pasar digital yang terus berkembang, sejalan dengan mayoritas penduduk negara ini yang beragama Islam. Keunggulan pasar digital antara lain harga produk yang lebih terjangkau dibandingkan pasar konvensional, ketersediaan voucher dan flash sale, serta kemudahan bertransaksi bagi konsumen yang dapat memilih metode pembayaran sesuai preferensi, seperti pembayaran di minimarket terdekat, transfer bank, dompet digital, rekening virtual, kartu debit, atau COD (Daulay et al., 2023).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dalam bentuk studi pustaka. Pemilihan metode ini didasarkan pada tujuan utama, yaitu menganalisis secara

komprehensif konsep dan peluang pendirian usaha berbasis syariah di sektor industri digital, khususnya dalam e-commerce halal, dengan merujuk pada teori-teori yang relevan dan temuan penelitian sebelumnya.

Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari tinjauan pustaka pada berbagai referensi yang dapat diandalkan, termasuk buku-buku ilmiah, jurnal nasional dan internasional, laporan dari lembaga resmi, serta publikasi yang berkaitan dengan ekonomi Islam dan bisnis digital. Metode dokumentasi yang digunakan dalam pengumpulan data meliputi identifikasi, tinjauan, dan pengelompokan literatur yang relevan. Literatur yang dipilih berfokus pada studi kelayakan bisnis, prinsip-prinsip perdagangan Islam, dan pengembangan e-commerce halal. Selanjutnya, analisis data dilakukan dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, di mana berbagai konsep dan temuan dari literatur yang dikumpulkan dijelaskan, dibandingkan, dan diinterpretasikan. Analisis ini bertujuan untuk menyajikan gambaran menyeluruh mengenai semua komponen kelayakan bisnis, termasuk aspek pasar dan pemasaran, keuangan, teknis dan operasional, serta kepatuhan syariah. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi dari berbagai referensi untuk memperkuat validitas penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Aspek Pasar Dan Pemasaran Dalam Studi Kelayakan Pendirian Usaha Berbasis Syariah Pada Sektor Digital (E-Commerce Halal)

Elemen pasar dan pemasaran merupakan komponen kunci dalam studi kelayakan bisnis, yang bertujuan untuk menilai potensi penerimaan konsumen terhadap suatu produk atau layanan serta kemampuannya bersaing di pasar yang ada. Pertumbuhan pasar digital telah secara mendasar mengubah proses produksi, distribusi, dan konsumsi barang dan jasa, termasuk yang memiliki sertifikasi halal. Melalui digitalisasi ekonomi, platform e-commerce membuka peluang baru bagi bisnis untuk memperkuat keberlanjutan usaha, meningkatkan daya saing, dan memperluas jangkauan pasar. Pasar digital untuk produk halal mendukung upaya pemasaran sekaligus membangun kepercayaan konsumen terhadap kualitas produk, status halal, dan transparansi. Di Indonesia, di mana mayoritas penduduknya beragama Islam, permintaan akan produk halal terus meningkat seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat akan gaya hidup halal (Yuni Safitri & Sulistyowati, 2026).

Penggunaan platform e-commerce secara langsung dipengaruhi oleh digitalisasi pasar, terutama karena kemudahan penggunaan, aksesibilitas, dan kenyamanan yang ditawarkan oleh teknologi elektronik tersebut. Meskipun demikian, fitur halal tetap memainkan peran strategis di segmen pasar tertentu, meskipun tidak dapat berfungsi sebagai mediator yang kuat dalam hubungan antara transformasi pasar digital dan adopsi

e-commerce. Secara keseluruhan, transformasi digital merupakan pendorong utama pemanfaatan platform e-commerce, sementara produk halal lebih berfungsi sebagai elemen pendukung daripada faktor perantara. Oleh karena itu, untuk meningkatkan daya saing UMKM di pasar digital, strategi pengembangan UMKM di era digital harus lebih menekankan pada peningkatan literasi digital, pemanfaatan teknologi pemasaran, dan optimalisasi fitur-fitur e-commerce (Yuni Safitri & Sulistyowati, 2026).

Kemajuan teknologi digital telah membuka berbagai peluang bagi para pelaku industri halal di Indonesia untuk memperluas jangkauan pasar dan mengoptimalkan strategi pemasaran mereka. Dibandingkan dengan pendekatan pemasaran tradisional, e-commerce dan media sosial menawarkan cara yang lebih hemat biaya untuk menjangkau konsumen di skala global. Berbagai bisnis telah memanfaatkan platform seperti Shopee, Tokopedia, Lazada, serta platform internasional seperti Amazon dan Alibaba untuk mempromosikan produk halal mereka. Selain itu, digitalisasi memfasilitasi upaya untuk mengedukasi konsumen mengenai status halal suatu produk. Konten edukatif di media sosial—yang membahas proses produksi produk halal, manfaatnya, dan testimoni pelanggan—dapat memperkuat kesadaran dan kepercayaan konsumen. Namun, banyak pemilik usaha yang kesulitan beradaptasi dengan cepat terhadap kemajuan teknologi ini. Hal ini terutama terjadi pada UMKM lokal, yang masih menghadapi tantangan seperti rendahnya literasi digital, keterbatasan akses terhadap teknologi, serta kurangnya keterampilan pemasaran daring. Untuk mengatasi masalah ini, pemerintah dan lembaga terkait telah meluncurkan sejumlah program pelatihan digitalisasi yang khusus ditujukan bagi UMKM halal. Selain itu, munculnya platform seperti HalalHub dan Halal Plaza semakin mendukung bisnis dalam memasarkan produk halal. Di ranah digital, industri halal memiliki segmen pasar yang berbeda, yang mengarah pada terciptanya ekosistem digital halal yang menekankan informasi dan promosi produk halal sekaligus berfungsi sebagai platform untuk transaksi (Sekar Sari, 2025).

Dalam ekonomi digital, aspek pasar dalam studi kelayakan bisnis semakin kompleks dan krusial akibat perubahan perilaku konsumen yang begitu pesat. Saat ini, perusahaan tidak lagi cukup hanya mengandalkan analisis penawaran dan permintaan konvensional; mereka juga harus mempertimbangkan tren digital—seperti peralihan ke belanja daring, pemanfaatan media sosial untuk pemasaran, dan analisis big data—untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang pelanggan mereka (Yeremia Niaga Atlantika et al., 2024).

Peluang Dan Tantangan Dalam Bisnis Digital (*E-Commerce Halal*)

Bisnis digital halal dituntut untuk bersaing secara ketat guna mempertahankan loyalitas pelanggan dan menarik segmen pasar baru, mengingat pesatnya perkembangan teknologi digital di skala global. Para pelaku bisnis syariah perlu mengikuti tren teknologi

agar tetap relevan dan kompetitif di tengah dinamika pasar internasional. Kemajuan dalam teknologi keuangan Islam (fintech) telah merevolusi cara orang mengakses dan memanfaatkan layanan keuangan yang selaras dengan prinsip-prinsip Islam. Di sektor bisnis halal, inovasi semakin pesat berkat transformasi digital yang sedang berlangsung. Penggunaan teknologi seperti kecerdasan buatan (AI), big data, dan blockchain membuka peluang untuk menciptakan layanan digital halal dan model bisnis yang lebih efisien, transparan, dan sesuai Syariah (Sudarmanto et al., 2024).

Transformasi digital menghadirkan beragam peluang bagi dunia usaha, termasuk peningkatan efisiensi operasional, pengalaman pelanggan yang lebih optimal, serta akses yang lebih luas ke pasar global yang lebih besar dan beragam. Para pemimpin bisnis, termasuk mereka yang berkecimpung di sektor digital halal, didorong untuk memaksimalkan pemanfaatan teknologi guna memperkuat daya saing dan keberlanjutan bisnis mereka. Penelitian menunjukkan bahwa perusahaan yang secara efektif mengadopsi teknologi digital mampu meningkatkan produktivitas dan menghasilkan inovasi yang memenuhi kebutuhan pasar. Dengan demikian, integrasi teknologi digital ke dalam bisnis khususnya e-commerce halal telah mengubah cara perusahaan berinteraksi dengan pelanggan, mulai dari pemasaran dan transaksi hingga layanan purna jual. Platform e-commerce, komputasi awan, dan analitik data kini memungkinkan bisnis untuk mengelola dan memanfaatkan sumber daya secara lebih efektif.

Meskipun transformasi digital membuka peluang yang sangat luas bagi bisnis, hal ini juga menghadirkan sejumlah tantangan yang signifikan. Hambatan utama yang sering muncul antara lain meningkatnya risiko keamanan siber, resistensi organisasi terhadap perubahan, dan keterbatasan keterampilan teknologi di kalangan tenaga kerja. Bisnis digital halal menghadapi hambatan yang lebih kompleks akibat persyaratan syariah yang ketat dan kemajuan teknologi. Menurut Davenport dan Westerman, budaya organisasi yang kurang adaptif dapat menjadi hambatan utama dalam proses transformasi digital; oleh karena itu, budaya semacam itu harus dipersiapkan untuk mendukung penerapan teknologi baru. Selain itu, masalah regulasi dan perlindungan data pribadi sangat penting, terutama untuk menjaga kepercayaan pelanggan terhadap platform e-commerce halal. Oleh karena itu, bisnis perlu mengembangkan strategi komprehensif yang mencakup aspek teknologi, pengembangan sumber daya manusia, penguatan keamanan sistem, serta kepatuhan terhadap regulasi dan prinsip-prinsip Syariah (Asrul, Inovasi, 2025).

Untuk mengatasi tantangan-tantangan ini, perusahaan harus sangat adaptif terhadap kemajuan teknologi dan fluktuasi di pasar digital. Langkah-langkah strategis seperti meningkatkan kompetensi sumber daya manusia melalui pelatihan dan pengembangan keterampilan digital merupakan kunci keberhasilan transformasi ini. Selain itu, penerapan sistem manajemen risiko yang andal diperlukan untuk memitigasi potensi kerugian akibat ancaman siber dan ketidakpastian teknologi. Dalam konteks

sektor bisnis digital halal, kemajuan teknologi harus selaras dengan kepatuhan syariah yang diperkuat untuk memastikan bahwa setiap proses bisnis tidak hanya efisien tetapi juga sesuai dengan nilai-nilai Islam. Pembentukan ekosistem digital yang aman, tepercaya, dan berkelanjutan menuntut kolaborasi antara pelaku bisnis, regulator, dan lembaga sertifikasi halal. Dengan demikian, tantangan transformasi digital dapat dimanfaatkan sebagai peluang strategis untuk mendorong pertumbuhan bisnis halal yang lebih kompetitif di kancah global.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa pendirian usaha berbasis syariah di sektor digital khususnya e-commerce halal memiliki tingkat kelayakan yang tinggi untuk pengembangan lebih lanjut. Kesimpulan ini diperkuat oleh potensi pasar yang sangat besar, kesadaran masyarakat yang tinggi terhadap produk halal, serta kemajuan pesat teknologi digital yang mendorong peningkatan volume transaksi daring.

Didukung oleh tren gaya hidup halal dan penggunaan platform digital yang meluas, e-commerce halal menawarkan peluang signifikan dalam hal jangkauan pasar dan strategi pemasaran. Kemajuan teknologi memfasilitasi operasi bisnis yang lebih efisien, baik secara teknis maupun manajerial. Namun, kesuksesan ini bergantung pada ketersediaan sumber daya manusia yang kompeten di bidang teknologi dan syariah. Secara finansial, model bisnis ini relatif efisien dengan prospek keuntungan yang menjanjikan, tetapi memerlukan persiapan yang cermat. Dari perspektif syariah, keberlanjutan bisnis sangat ditentukan oleh penerapan prinsip-prinsip Islam yang konsisten, termasuk kontrak yang jelas, status halal produk, serta penghindaran unsur riba, gharar, dan maysir.

Meskipun demikian, terdapat sejumlah tantangan yang harus diantisipasi, seperti kurangnya pemahaman tentang teknologi dan ekonomi syariah, keterbatasan sumber daya manusia, serta masalah keamanan dan regulasi di lingkungan digital. Oleh karena itu, diperlukan strategi yang matang, yang mencakup penguatan kompetensi, optimalisasi pemanfaatan teknologi, serta peningkatan mekanisme pengawasan syariah.

Akibatnya, e-commerce halal tidak hanya layak untuk dikembangkan tetapi juga memiliki potensi untuk mendorong pertumbuhan ekonomi Islam di era komputasi dan internet, asalkan dapat secara berkelanjutan mengintegrasikan nilai-nilai Islam dengan inovasi teknologi.

ACKNOWLEDGMENT (If Any)

Penulis mengucapkan rasa syukur yang mendalam kepada Allah SWT atas rahmat dan bimbingan-Nya, yang telah memungkinkan selesainya artikel ini dengan lancar. Penulis juga menyampaikan ucapan terima kasih yang tulus kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan selama proses penelitian ini. Kritik dan saran

yang membangun sangat dihargai untuk meningkatkan kualitas artikel ini di masa mendatang, karena penulis menyadari adanya kekurangan di dalamnya. Semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi yang nyata bagi perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang ekonomi Islam dan bisnis digital halal.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-qur'an dan Terjemahan, Kementerian Agama RI, Tahun 2019.
- Asrul, Inovasi, D. S. (2025). Transpormasi Bisnis Di Era Digital : *Transpormasi Bisnis Di Era Digital: Peluang, Tantangan, Dan Strategi Inovasi, Jurnal Minfo Polgan*, 13(Januari), 2294–2298.
- Cahya Oktaviana, T., & Abdurrahman Wahid Pekalongan, U. K. (2025). Potensi Industri Halal dalam Meningkatkan Ekonomi Digital: Studi Kasus pada Shopee Barokah. *Jurnal Sahmiyya*, 4(1), 133–140.
- Daulay, A. S., Imsar, I., & Harahap, R. D. (2023). Strategi Pengembangan Pasar Digital dalam Mendukung Industri Fashion Halal Di Indonesia. *AL-MANHAJ: Jurnal Hukum Dan Pranata Sosial Islam*, 5(1), 1035–1042. <https://doi.org/10.37680/almanhaj.v5i1.2918>
- Fauziah, Z., & Ardiansyah, H. (2025). Optimalisasi E-Commerce Syariah dalam Mendukung Digitalisasi UMKM Halal : Tinjauan Literatur. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 9(2), 14809–14816.
- Koswara, A. (2025). E-Commerce dan Industri Halal: Ragam Model Bisnis Digital Terbaru dalam Ekonomi Islam Modern. *NGOPI: Jurnal Bisnis Dan Ekonomi Syariah*, 1(1), h. 5.
- Nailul, M. (2024). Strategi Pemasaran Syariah yang Efektif untuk Start-Up: Studi Kasus pada Perusahaan Rintisan di Sektor Konsumsi. *Hasina: Jurnal Akuntansi Dan Bisnis Syariah*, 1(1), 105–111.
- Purnomo, W. A., Prawiro, A., & Haniatunnisa, S. (2023). *Pengembangan Industri Halal Melalui E-.* 3(2), 107–116. <https://doi.org/10.55252/annawawi.v3i1.39>
- Putri Wahyuni Arnold, Pinondang Nainggolan, & Darwin Damanik. (2020). Analisis Kelayakan Usaha dan Strategi Pengembangan Industri Kecil Tempe di Kelurahan Setia Negara Kecamatan Siantar Sitalasari. *Jurnal Ekuilnomi*, 2(1), 29–39. <https://doi.org/10.36985/ekuilnomi.v2i1.349>
- Sekar Sari, N. (2025). At tajir. *Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 2(1), 207–221.
- Sudarmanto, E., Yuliana, I., Wahyuni, N., Yusuf, S. R., & Zaki, A. (2024). Transformasi Digital dalam Keuangan Islam: Peluang dan Tantangan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(1), 645. <https://doi.org/10.29040/jiei.v10i1.11628>
- Sukmawati, H., & Nasution, F. Z. (2019). Analisis Kelayakan Bisnis Syariah Pada Usaha Mikro Tempe. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 4(1), 38–48. <https://doi.org/10.37058/jes.v4i1.801>
- Yeremia Niaga Atlantika, Sabinus Beni, Eligia Monixa Salfarini, Benedhikta Kiky

Vuspitasari, & Candra Gudiato. (2024). Analisis Gaya Kepemimpinan Pada Praktik Studi Kelayakan Bisnis Dalam Era Ekonomi Digital Di Daerah Perbatasan. *Jurnal Lentera Bisnis*, 13(3), 2026–2043. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v13i3.1257>

Yuni Safitri, & Sulistyowati. (2026). Analisis Pengaruh Pasar Digital terhadap Produk Halal: Adopsi Platform E-commerce Pelaku UMKM di Kota Surakarta. *Journal of Islamic Economics and Finance*, 2(1), 15–23. <https://doi.org/10.64845/al-mudayanah.v2i1.124>