

**PERBANDINGAN DAYA SAING UMKM TAHU BERSERTIFIKASI
HALAL DI DESA KALIWINING BEDADUNG KULON
KECAMATAN RAMBIPUJI KABUPATEN
JEMBER**

SKRIPSI



Oleh:

Qoyimatun Nisa
204105020027

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
FEBRUARI 2025**

**PERBANDINGAN DAYA SAING UMKM TAHU BERSERTIFIKASI
HALAL DI DESA KALIWINING BEDADUNG KULON
KECAMATAN RAMBIPUJI KABUPATEN
JEMBER**

SKRIPSI



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Oleh:

Qoyimatun Nisa
204105020027

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
FEBRUARI 2025**

**PERBANDINGAN DAYA SAING UMKM TAHU BERSERTIFIKASI
HALAL DI DESA KALIWINING BEDADUNG KULON
KECAMATAN RAMBIPUJI KABUPATEN
JEMBER**

SKRIPSI

diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan Ekonomi Islam
Program Studi Ekonomi Syariah

Oleh:
Qoyimatun Nisa
204105020027




UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
Dr. Hj. Nurul Setianingrum, S.E., M.M.
NIP. 196905231998032001

**PERBANDINGAN DAYA SAING UMKM TAHU BERSERTIFIKASI
HALAL DI DESA KALIWINING BEDADUNG KULON
KECAMATAN RAMBIPUJI KABUPATEN
JEMBER**

SKRIPSI

Telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu
Persyaratan memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam
Program Studi Ekonomi Syariah

Hari : Rabu
Tanggal : 19 Maret 2025

Tim Penguji

Ketua

Sekretaris



Aminatus Zahriyah, S.E., M.Si.
NIP. 198907232019032012



Devi Hardianti Rukmana, S.E., M.M.
NIP. 199202062020122009

Anggota:

1. Dr. Abdul Rokhim, S.Ag, M.E.I.
2. Nurul Setianingrum, S.E., M.M.



Menyetujui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. H. Ubaidillah, M., Ag.
NIP. 196812261996031001

MOTTO

يَتَأْتِيهَا النَّاسُ كُلُّوْا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ
لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ ﴿١٦٨﴾

Artinya: “Wahai Manusia! Makanlah dari makanan yang halal dan baik yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan. Sungguh, setan itu musuh yang nyata bagimu”. (Q.S. Al-Baqarah, 2:168)¹



¹ Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan Edisi Penyempurnaan 2019*, (Jakarta Timur: Lajnah Pentashihan mushaf Al-Qur'an. 2019), 51

PERSEMBAHAN

Dengan menyebut nama Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penayang dan sholawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW. Saya persembahkan karya tulis ini kepada:

1. Cinta pertama dan orang yang sangat istimewa dalam hidup yaitu orang tua Abah Muhammad Sahid dan Umi Naili Jannati, yang selalu mendukung dan senantiasa selalu mendoakan sekaligus menjadi penyemangat dalam hidup dan terimakasih telah memperjuangkan pendidikan sampai sekarang ini.
2. Segenap keluarga besar, terimakasih atas do'a dan dukungan tanpa batas yang selalu menguatkan. Kehangatan keluarga adalah sumber inspirasi tak ternilai yang mengiringi setiap usaha ini.
3. Guru-guru yang telah mendidik, memberikan ilmu serta pengalaman dengan penuh kesabaran dan kasih sayang. Terimakasih telah menjadi pahlawan tanpa tanda jasa, semoga disetiap jerih payah akan melahirkan generasi-generasi yang hebat.
4. Sahabat-sahabat yang selalu ada, seperti membantu ketika sedang kesulitan, menegur ketika melakukan kesalahan, dan dengan sabar mendengarkan keluh kesah tanpa mengeluh sedikitpun, saling memberikan dukungan, motivasi, serta do'a yang tulus hingga akhirnya dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Teman-teman seperjuangan Ekonomi Syariah 2 angkatan 2020 tercinta yang saling memberikan semangat serta masukannya sehingga kami terus berjuang bersama-sama dalam menyelesaikan tahapan demi tahapan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) ini.

6. Teman kamar 306 Pondok Pesantren Darul Arifin 2, terimakasih atas semangat dan dorongan yang tak pernah surut. Kehadiran kalian adalah pengingat bahwa setiap perjalanan akan lebih bermakna ketika ditempuh bersama orang-orang yang peduli.



KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala Puji bagi Allah SWT yang Maha Pengasihlagi Maha Penyayang, dan telah memberi rahmat serta hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “*Perbandingan Daya Saing UMKM Tahu Bersertifikasi Halal Di Desa Kaliwining Bedadung Kulon Kecamatan Rambipuji Kabupaten Jember*”, dan semoga sholawat serta salam tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW.

Dengan selesainya skripsi ini tidak luput dari bantuan serta bimbingan dari berbagai pihak terkait. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Hepni, S.Ag., M.M., CPEM, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
2. Dr. H. Ubaidillah, M., Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
3. Dr. H. M.F. Hidayatullah, S.H.I., M.S.I., selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
4. Dr. Sofiah, M.E., selaku Koordinator Program Studi Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
5. Dr. Hj. Mahmudah, S. Ag, M.E.I. selaku Dosen Penasihat Akademik (DPA) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

6. Dr. Hj. Nurul Setianingrum, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu, mencurahkan pikiran, dan memberikan arahan dalam menyusun skripsi.
7. Segenap Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yang telah memberikan keikhlasan do'a dan mengajarkan berbagai ilmu kepada penulis sehingga bisa sampai pada tahap akhir dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi ini.
8. Kepada Tim penguji sidang skripsi yang telah memberikan bimbingan serta masukan, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik walaupun masih jauh dari kata sempurna.
9. Almamater tercinta Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dan seluruh pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, namun takkan mengurangi rasa hormat saya. Terimakasih atas do'a dan dukungannya kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca sehingga lebih baik lagi untuk kedepannya.

Jember, 26 Februari 2025

Qoyyimatun Nisa
NIM. 204105020027

ABSTRAK

Qoyyimatun Nisa, Nurul Setianingrum, 2025 : *Perbandingan Daya Saing UMKM tahu Bersertifikasi Halal di Desa Kaliwining Bedadung Kulon Kecamatan Rambipuji Kabupaten Jember*

Kata Kunci: Daya Saing, UMKM, Sertifikasi Halal

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) tahu merupakan salah satu sektor industri yang memiliki peran penting dalam perekonomian di desa. Namun, dalam menghadapi pasar yang semakin ketat, Sertifikasi Halal menjadi salah satu aspek yang dapat meningkatkan daya saing UMKM, terutama di sektor pangan.

Fokus penelitian dalam skripsi ini adalah 1) Bagaimana perbandingan daya saing UMKM tahu Bersertifikasi Halal dan tidak pada UMKM tahu Hafis dan tahu Balap ? 2) Bagaimana dampak Sertifikasi halal terhadap daya saing UMKM tahu Hafis dan tahu Balap ?

Tujuan dari penelitian ini yaitu: 1) untuk mengetahui perbandingan daya saing UMKM tahu Bersertifikasi Halal dan tidak pada UMKM tahu Hafis dan tahu Balap 2) untuk mengetahui apa saja dampak Sertifikasi Halal terhadap daya saing UMKM tahu Hafis dan tahu Balap.

Metode yang peneliti gunakan adalah metode kualitatif dengan jenis penelitian yang bersifat komparatif. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik analisis data dilakukan dengan cara pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan. Uji keabsahan data pada penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber data.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) perbandingan daya saing UMKM tahu Bersertifikasi Halal dan tidak pada UMKM tahu Hafis dan tahu Balap terdapat dua daya saing yang digunakan oleh UMKM tahu Hafis dan tahu Balap. Yang pertama terkait kondisi faktor, dan yang kedua kondisi permintaan. Adapun penjelasan dari kedua faktor daya saing UMKM tahu Bersertifikasi Halal. *Pertama*, kondisi faktor bahan baku untuk memproduksi tahu seperti kedelai, cuka, air, bahan bakar yang memadai serta tenaga kerja yang terampil dalam proses pembuatan tahu, mulai dari pengolahan dan pemasaran menjadi kunci untuk menghasilkan produk yang konsisten dan berkualitas. *Kedua*, kondisi permintaan, semakin meningkatnya permintaan konsumen, yaitu permintaan yang tinggi di pasaran karena harganya terjangkau dan kualitasnya yang baik. 2) Dampak Sertifikasi halal terhadap daya saing UMKM tahu Hafis dan tahu Balap terdapat tiga poin penting yang diperoleh yaitu *pertama*, peningkatan pendapatan. *Kedua*, peningkatan penjualan. *Ketiga*, mendapatkan kepercayaan pembeli dalam keputusan pembelian produk.

DAFTAR ISI

	Hal
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian	12
C. Tujuan Penelitian	12
D. Manfaat Penelitian	12
E. Definisi Istilah	14
F. Sistematika Penulisan	17
BAB II KAJIAN PUSTAKA	18
A. Penelitian Terdahulu	18
B. Kajian Teori	27
1. Perbandingan.....	27
2. Daya Saing	28

3. UMKM.....	36
4. Sertifikasi Halal.....	37
BAB III METODE PENELITIAN	40
A. Pendekatan DanJenis Penelitian	40
B. Lokasi Penelitian	41
C. Subyek Penelitian	41
D. Teknik Pengumpulan Data	42
E. Analisis Data	45
F. Keabsahan Data	79
G. Tahap-Tahap Penelitian	50
BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS	52
A. Gambaran Obyek Penelitian	52
B. Penyajian Data Dan Analisis	54
C. Pembahasan Temuan	71
BAB V PENUTUP	81
A. Simpulan	81
B. Saran	81
DAFTAR PUSTAKA	83

DAFTAR TABEL

Tabel 1.2 Tingkat Pertumbuhan UMKM di Kabupaten Jember.....	6
Tabel 1.3 Data UMKM Desa Kaliwining yang belum memiliki Sertifikasi Halal	9
Tabel 1.4 Data UMKM Desa Kaliwining yang telah memiliki Sertifikasi Halal	10
Tabel 1.5 Mapping Penelitian Terdahulu.....	24



DAFTAR GAMBAR

Gambar.1.1 Industri Jawa Timur yang Bersertifikasi Halal 6



LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1 : Matrik Penelitian

Lampiran 2 : Pernyataan Keaslian Tulisan

Lampiran 3 : Surat Izin Penelitian

Lampiran 4 : Surat Keterangan Selesai Penelitian

Lampiran 5 : Pedoman wawancara

Lampiran 6 : Jurnal Kegiatan Penelitian

Lampiran 7 : Dokumentasi Penelitian

Lampiran 8 : Surat Keterangan Lulus Plagiasi

Lampiran 9 : Surat Keterangan Selesai Bimbingan

Lampiran 10 : Biodata Penulis



BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM), merupakan salah satu kekuatan pendorong terdepan dalam pembangunan ekonomi. UMKM memegang peranan yang cukup signifikan dalam perekonomian.² UMKM adalah sektor yang penting dalam ekonomi suatu Negara, karena kontribusinya terhadap pendapatan nasional, Lapangan kerja, dan pengembangan daerah. UMKM usaha mikro kecil dan menengah mempunyai peran penting dan strategis dalam pembangunan ekonomi nasional. Selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi, juga berperan dalam penyerapan tenaga kerja.

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) menjadi sebuah sebutan bagi para pedagang yang menjual dagangannya dengan Mikro, maupun Kecil, bahkan Menengah. Berbekal modal seadanya dan biasanya menjual makanan dan aneka kuliner khas jajanan daerah. Di Indonesia, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah disingkat dengan UMKM, menjadi aktivitas perdagangan yang bisa dikatakan menjanjikan, sebab UMKM bersentuhan langsung dengan pelanggannya dan para pemilik UMKM terkadang menjual dagangannya

²Y. Sri Susilo. "Strategi Meningkatkan Daya Saing UMKM Dalam Menghadapi Implementasi Cafta dan Mea." Bulletin Ekonomi No. 2, (Agustus 2010): 70-170, <https://scholar.google.co.id/scholar?oi=bibs&cluster=6164149769634870952&btnI=1&hl=en>

dengan personal selling yang tidak disadari Artinya pemilik UMKM mendatangi langsung para pelanggannya.³

Penetapan tahun 2015 sebagai tahun pelaksanaan MEA (*Masyarakat Ekonomi Asia*) menjadi titik penting bagi pelaku UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) untuk lebih giat meningkatkan mutu produk dan layanan mereka. Hal tersebut merupakan konsekuensi semakin ketatnya persaingan antar pelaku usaha akibat interaksi global antar produsen, antar konsumen, serta antar produsen dan konsumen, khususnya di wilayah Asia Tenggara. Sebagai konsekuensinya, pelaku UMKM yang tidak kreatif.⁴

Daya saing UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) adalah kemampuan UMKM untuk bertahan dan berkembang dalam persaingan pasar, baik domestik maupun internasional. Daya saing ini mencerminkan kemampuan UMKM dalam memenuhi permintaan pasar melalui produksi barang atau jasa yang berkualitas, inovatif, dan bernilai tambah, sambil tetap mempertahankan efisiensi operasional dan meningkatkan pendapatan perusahaan. Faktor-faktor utama yang memengaruhi daya saing UMKM meliputi keunggulan produk, seperti kualitas, inovasi, dan branding. Sumber daya manusia yang mencakup keterampilan pekerja dan pengelolaan manajemen, pemanfaatan teknologi informasi, seperti e-commerce untuk

³Nikmatul Masruroh, M. Syaiful Anam. "Pemaknaan Halal Antara Simbol Dan Bentuk Implementasi Keagamaan Oleh Pemilik UMKM Pasca Pemberlakuan UU No.33 Tahun 2014." *Jurnal Hukum Dan Ekonomi Islam*, no. 2 (2022) :227-436, <file:///C:/Users/USER/Downloads/harfin,+Manajer+Jurnal,+8.Nikmatul+Masruroh,+M.+Syaiful+Anam.pdf>

⁴Lulu Nurul Istanti et.al, "Peningkatan Mutu Produk UKM Melalui Sertifikasi Jaminan Produk Halal", *jurnal karinov*, no. 3 (2019), <http://dx.doi.org/10.17977/um045v2i3p198-203>

memperluas akses pasar; serta ketersediaan modal sebagai pendukung ekspansi usaha.

Selain itu, dukungan eksternal seperti kebijakan pemerintah, akses terhadap informasi pasar, serta infrastruktur juga memainkan peran penting. Dalam konteks globalisasi, UMKM perlu terus berinovasi pada produk dan proses produksinya agar tetap relevan di tengah persaingan yang semakin ketat. Strategi yang dapat diadopsi meliputi peningkatan branding produk, pelatihan SDM, penggunaan teknologi digital untuk pemasaran, pengelolaan keuangan yang efektif dan kepemilikan Sertifikasi Halal. Dengan pendekatan ini, UMKM dapat meningkatkan daya saingnya secara berkelanjutan.⁵

Sertifikasi Halal adalah suatu proses untuk memperoleh sertifikat halal melalui beberapa tahap untuk membuktikan bahwa bahan, proses produksi dan sistem jaminan halal memenuhi standar LPPOM MUI.⁶ Tujuan sertifikasi halal pada produk pangan, obat-obat, kosmetika dan produk lainnya dilakukan untuk memberikan kepastian status kehalalan, sehingga dapat menentramkan batin masyarakat dalam mengkonsumsi makanan sesuai dengan imannya, sehingga dapat menunjang kelancaran dan kestabilan pembangunan nasional. Kesenambungan proses produksi halal dijamin oleh produsen dengan cara

⁵Taufik Hidayat, et.al. "Meningkatkan Daya Saing UMKM melalui Analisis SWOT dan NIB". *Jurnal Komunitas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(1), 8-13 (2024), <https://ojs.stiami.ac.id/index.php/jks/article/download/3798/1996>

⁶Asri Wahyuningrum, Anasom, Thohir Yuli Kusmanto, "Sertifikasi Halal Sebagai Strategi Dakwah MUI (Majelis Ulama Indonesia) Jawa Tengah" *Jurnal Ilmu Dakwah*, no. 2 (2015), 194. <https://journal.walisongo.ac.id/index.php/dakwah/article/view/1618/1276>

menerapkan sistem jaminan halal. Demikian juga dengan adanya sertifikasi halal membuat produsen makanan tidak akan dirugikan, justru akan lebih terjamin kelangsungan usahanya.⁷

Sertifikasi produk halal memiliki implikasi positif dalam membangun iklim bisnis halal di Indonesia. Bagi konsumen sertifikasi halal memberikan perlindungan jaminan informasi kehalalan produk dan menjadi instrumen etika bisnis. Bagi para pelaku usaha, sertifikasi halal memberikan keuntungan untuk meningkatkan kepercayaan konsumen dan meraih pasar pangan halal global. Sertifikasi halal merupakan sebuah langkah strategis bagi perusahaan untuk tetap mempertahankan konsumen serta menjadi pembeda dengan perusahaan pesaing dan memberikan nilai tambah bagi produk.⁸ Halal merupakan hal-hal yang boleh dan dapat dilakukan karena bebas atau tidak terikat dengan ketentuan-ketentuan yang melarangnya, atau segala sesuatu yang bebas dari bahaya duniawi dan ukhrawi⁹.

Sertifikasi halal memiliki banyak sekali manfaat bagi konsumen salah satunya adalah untuk memberikan ketenangan terhadap produk yang dikonsumsi dapat terjamin dan aman. Hal ini tentu menjadi tujuan seluruh konsumen apalagi konsumen muslim yang mana diperintahkan oleh Allah

⁷Thobieb Al-Asyhar, Bahaya Makanan Haram bagi kesehatan Jasmani dan Kesucian rohani, (Jakarta: PT. Al-Mawardi Prima, 2003), 142-143, https://books.google.co.id/books/about/Bahaya_makanan_haram_bagi_kesehatan_jasm.html?hl=id&id=3XgwAAAACAAJ&redir_esc=y

⁸Hana Khairunnisa, Deni Liubis, Qoriatul Hasanah. Kenaikan Omzet UMKM Makanan dan Minuman di Kota Bogor Pasca Sertifikasi Halal." *Al Muzara'ah*, no. 2, (2020), https://www.researchgate.net/publication/347958447_Kenaikan_Omzet_UMKM_Makanan_dan_Minuman_di_Kota_Bogor_Pasca_Sertifikasi_Halal

⁹Asri Wahyuningrum, Anasom, et.al. "Sertifikasi Halal Sebagai Strategi Dakwah MUI (Majelis Ulama Indonesia) Jawa Tengah", 193.

agar mengkonsumsi produk *halalan thoyyiban*.¹⁰ Sertifikasi halal telah menjadi yang terdepan karena konsumen di seluruh dunia kini menjadi lebih berpendidikan, sadar akan kesehatan, dan memiliki tuntutan yang tinggi. Ini merupakan langkah strategis yang diadopsi oleh banyak perusahaan untuk mempertahankan permintaan konsumen dan membedakan mereka dari pesaing. Untuk memfasilitasi peningkatan berkelanjutan dalam kinerja bisnis, perusahaan-perusahaan ini menerapkan berbagai program untuk membantu mencapai tujuan mereka¹¹

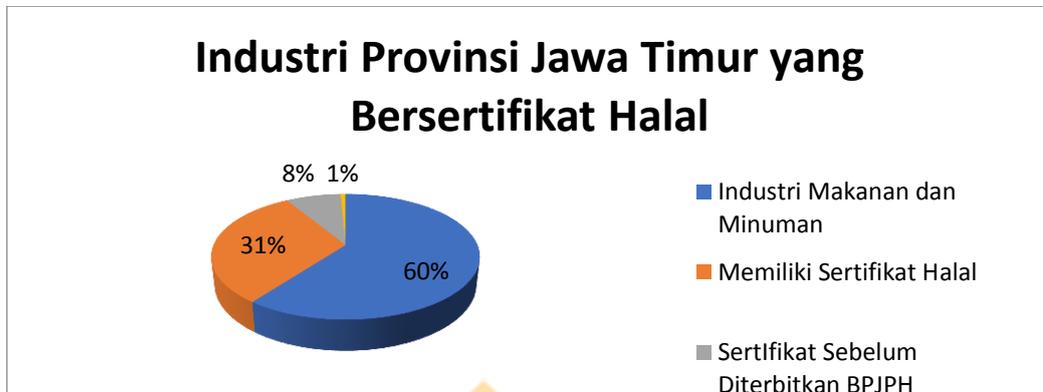
Dinas perindustrian dan perdagangan provinsi Jawa Timur dan pengembangan Kawasan Industri Halal (KIH) menjadi salah satu basis yang terus didorong dan didukung perkembangannya oleh pemerintah Provinsi Jawa Timur. Khususnya Jawa Timur memiliki potensi yang cenderung sebagai hub industri halal atau pusat komoditas/produk/jasa unggulan. Jawa Timur memiliki Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang cukup besar. Hal ini dapat dilihat pada gambar di bawah ini :

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

¹⁰D.Q Alva salam, Ahmad Makhtum. "Implementasi Jaminan Produk Halal Melalui Sertifikasi Halal Pada Produk Makanan dan Minuman UMKM di Kabupaten Sampang " *Qawwam the leader's writing*, (1,juni 2022), <https://www.jurnalfuad.org/index.php/qawwam/article/view/110>

¹¹Normia Akmad Salindal, Mohd Ismail Ahmada, et al. "A Structural Equation Model Of The Halal Certification And Its Business Performance Impact Ond Food Companies " *International Journal of Economics, Management and Accounting* 26, no. 1 (2018): 185-206 2018 <https://journals.iium.edu.my/enmjournal/index.php/enmj/article/view/517/283>

Gambar.1.1 Industri Jawa Timur yang Bersertifikasi Halal



sumber : Disperindag.jatimprov.go.id

Dari data diatas, provinsi Jawa Timur memiliki Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang cukup besar dengan presentase 60% adalah industri makanan dan minuman. Sedangkan 31% UMKM tersebut telah memiliki sertifikasi halal dan di dominasi oleh sektor makanan dan minuman.¹² Kabupaten Jember merupakan daerah yang menjadikan atau sebagian besar penghuninya mencari uang melalui pertukaran, salah satunya adalah dengan tingkat UMKM di Jember sendiri cukup banyak. Berikut adalah perkembangan UMKM di jember :

Tabel 1.2
Tingkat Pertumbuhan UMKM di Kabupaten Jember

Pertumbuhan UMKM Kabupaten Jember			
Tahun 2019	Tahun 2020	Tahun 2021	Tahun 2022
219	207. 943	57.009	57. 881

Sumber : Dinas Koperasi dan UMKM Kab. Jember

¹²Disperindag.jatimprov.go.id, diakses pada 23 oktober 2021,17:14.

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa dari tahun 2019 sampai 2022 pertumbuhan UMKM di Kabupaten Jember mengalami kenaikan yang sangat signifikan, hal itu sangat berpengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi di kabupaten Jember. Di Kabupaten Jember, Usaha Mikro Kecil dan Menengah mampu menyerap tenaga kerja sebanyak 729,926 jiwa dan terdapat 4097 unit usaha yang terdaftar pada tahun 2016¹³, di kabupaten Jember usaha mikro kecil dan menengah bertambah menjadi 181.147 unit pada tahun 2012, namun yang tercatat di Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Jember sebanyak 219 unit pada tahun 2019 dan bertambah lagi menjadi 207. 943 unit pada tahun 2020.¹⁴ Di Kabupaten Jember, UMKM memainkan peranan penting dengan menyerap tenaga kerja sebanyak 729.

Kecamatan Rambipuji merupakan salah satu kecamatan di Kabupaten Jember, Provinsi Jawa Timur. Kecamatan ini memiliki peran strategis dalam berbagai aspek, termasuk ekonomi, sosial, dan budaya. Dengan delapan desa yang berada di dalamnya, yaitu Curahmalang, Gugut, Kaliwining, Nogosari, Pecoro, Rambigundam, Rambipuji, dan Rowotamtu, Kecamatan Rambipuji memiliki karakteristik yang unik dalam struktur demografi, potensi sumber daya, serta perkembangan infrastruktur dan perekonomian.¹⁵ Salah satu Kecamatan di Rambipuji yang memiliki kemajuan yang sangat pesat dalam perekonomiannya adalah desa kaliwining hal ini dibuktikan dengan salah satu artikel bahwa desa Kaliwining setelah beberapa puluh tahun belakangan ini

¹³ Aminatuz Zahriyah, Suprianik, Nurul Setianingrum, "Pelatihan Pelaporan Keuangan Berbasis Aplikasi Excel Bagi UMKM Di Kabupaten Jember", *Community Development Journal*, no.4 2024,6866.

¹⁴Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Jember, (2019).

¹⁵Kecamatan Rambipuji Dalam Angka 2018, Badan Pusat Statistik Kabupaten Jember, 2018.

mengalami kenaikan karena perpindahan profesi masyarakat nya, yang mulanya hanya bertani saja, sekarang beralih menjadi pedagang dan membuka *Home Industri*, sehingga masyarakat Kaliwining disamping bertani juga berdagang dan saat ini Desa Kaliwining lebih di kenal Desa pertanian dan *Home Industri* tempe dan tahu.¹⁶

Seperti yang kita ketahui, tempe dan tahu merupakan makanan sehari-hari yang digemari masyarakat. Namun, tak terbantahkan salah satu indikator baik tidaknya produk tersebut bisa dilihat dari Sertifikasi Halal. Sertifikasi halal memberikan kepastian kepada konsumen mengenai kehalalan produk dan dapat meningkatkan daya saing serta peluang pasar bagi pelaku UMKM. Dengan memiliki Sertifikat Halal, produk-produk tersebut lebih mudah diterima di pasar lokal maupun global. Dengan inisiatif ini, diharapkan semakin banyak pelaku UMKM di Jember yang mengantongi Sertifikat Halal, sehingga dapat berkontribusi lebih besar terhadap perekonomian daerah dan memenuhi kebutuhan masyarakat yang mayoritas beragama Islam.

Akan tetapi di Desa Kaliwining sendiri kesadaran Sertifikasi Halal ini belum sepenuhnya menjalar kepada UMKM. Hal ini dibuktikan dengan adanya sekitar 14 UMKM di Desa Kaliwining yang memiliki Sertifikat Halal 6 dan yang 8 belum memiliki Sertifikat Halal. Namun, kesadaran Halal konsumen tidak membuat UMKM sadar akan pentingnya Sertifikasi Halal. Salah satunya tahu yang dikelola oleh pak Babun yaitu tahu Hafis, UMKM

¹⁶ Samsul Arifin, Profil PPID Desa Pelaksana Desa Kaliwining, 2022.

tahu Hafis terletak di Desa Kaliwining Bedadung Kulon Kecamatan Rambupuji Kabupaten Jember.

Tabel 1.3
Data UMKM Desa Kaliwining yang belum memiliki Sertifikasi Halal

Nama Pemilik Usaha	Jenis Produk	Keunggulan
UMKM Hafis	Tahu	a. Pendapatan meningkat b. Penjualannya meluas c. Jaminan kebersihan
UMKM Faridah	Tahu	a. Penjualannya meluas
UMKM Wari Munawaroh	Tahu	a. Penjualannya meluas
UMKM Sholeh	Tahu	a. Penjualannya meluas
UMKM Roni Setiawan	Tahu	a. Penjualannya meluas
UMKM Pak Jupri	Tahu	a. Penjualannya meluas
UMKM Pak Tila	Tahu	a. Penjualannya meluas
UMKM Hori	Tahu	a. Penjualannya meluas ¹⁷

Berdasarkan tabel data UMKM di Desa Kaliwining terdapat 8 UMKM tahu yang belum memiliki Sertifikasi Halal. Disini peneliti memilih UMKM tahu “Hafis” untuk menjadi objek penelitian dikarenakan tahu Hafis memiliki beberapa keunggulan daya saing dibandingkan dengan UMKM tahu yang lain dan memiliki pendapatan yang lebih meningkat. Maka dari itu peneliti memilih UMKM tahu Hafis untuk diteliti lebih mendalam.

¹⁷ Misrawi, diwawancarai oleh penulis, Jember, 21 Maret 2024.

Sedangkan UMKM yang memiliki Sertifikasi Halal yaitu UMKM tahu “Balap”, untuk lokasi nya terletak di Desa Kaliwining Bedadung Kulon Kecamatan Rambipuji Kabupaten Jember. Pemilik UMKM tahu “Balap” mengatakan peran pemerintah terhadap Sertifikasi Halal kurang memadai sehingga banyak UMKM yang tidak tahu apa itu Sertifikasi Halal sedangkan beliau membuat Sertifikasi Halal lewat perantara saudaranya. Untuk pendapatan setelah adanya Sertifikasi Halal lebih meningkat karena banyaknya permintaan dari konsumen.

Tabel 1.4
Data UMKM Desa Kaliwining yang telah memiliki Sertifikasi Halal

Nama Pemilik Usaha	Jenis Produk	Keunggulan
UMKM Balap	Tahu	a. Sudah Bertifikasi Halal b. Penjualannya meluas c. Kualitas dan rasa.
UMKM Pak Samsul Hadi	Tahu	a. Sudah Bsertifikasi Halal b. Penjualannya meluas
UMKM Subowo	Tahu	a. Sudah Bsertifikasi Halal b. Penjualannya meluas
UMKM Syafi'i	Tahu	a. Sudah Bersertifikasi Halal b. Penjualannya meluas
UMKM Mas Wanto	Tahu	a. Sudah Bersertifikasi Halal b. Penjualannya meluas
UMKM Anisa	Tahu	a. Sudah Bersertifikasi Halal b. Penjualannya meluas ¹⁸

Berdasarkan tabel data UMKM di Desa Kaliwining terdapat 6 UMKM tahu yang telah memiliki Sertifikasi Halal. Disini peneliti memilih UMKM tahu Balap untuk menjadi objek penelitian dikarenakan tahu Balap memiliki beberapa keunggulan dibandingkan dengan UMKM tahu yang lain. Salah satu

¹⁸ Misrawi, diwawancarai oleh penulis, Jember, 21 Maret 2024.

keunggulan yang membedakan yaitu meningkatnya jumlah permintaan. Hanya UMKM tahu Balap yang paling menonjol diantara UMKM tahu lainnya. Sehingga peneliti memilih UMKM tahu Balap.

Berdasarkan hasil penelitian Perbandingan Daya Saing UMKM Tahu Bersertifikasi Halal di Desa Kaliwining Bedadung Kulon Kecamatan Rambipuji Kabupaten Jember, dapat disimpulkan bahwa UMKM tahu balap yang bersertifikasi halal memiliki daya saing yang lebih tinggi dibandingkan tahu Hafis yang belum Bersertifikasi Halal, hal ini disebabkan oleh peningkatan kepercayaan konsumen terhadap produk bersertifikasi halal yang dianggap lebih aman dan sesuai dengan kebutuhan syariah. Produk tahu yang bersertifikasi halal mampu menembus segmen pasar yang lebih luas, termasuk pasar yang semakin meningkat kesadarannya terhadap konsumsi produk halal.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis membatasi fokus penelitian pada masalah-masalah yang akan menjadi pokok utama dalam pembahasan. Adapun fokus penelitian adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana perbandingan daya saing UMKM tahu Bersertifikasi Halal dan tidak pada UMKM tahu Hafis dan tahu Balap?
2. Bagaimana dampak Sertifikasi halal terhadap daya saingUMKM tahu Hafis dan tahu Balap ?

C. Tujuan Penelitian

Setiap penelitian pastinya mempunyai tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti. Adapun Tujuan dari penelitian ini yang hendak dicapai oleh penulis dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui perbandingan daya saing UMKM tahu Bersertifikasi Halal dan tidak pada UMKM tahu Hafis dan tahu Balap
2. Untuk mengetahui dampakSertifikasi Halal terhadap daya saing pada UMKM tahu Hafis dan tahu Balap.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian adalah kontribusi penelitian terhadap bidang keilmuan yang dipelajari,Bisa juga bermanfaat untuk budaya atau masyarakat tertentu.Dengan diadakan penelitian ini diharapkanmendapatkan manfaat secara teoritis maupun secara praktis.Aadapun manfaat kegiatan penelitian ini sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Adanya penelitian ini dapat menambah literature mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi daya saing UMKM, khususnya dalam konteks Sertifikasi Halal pada produk pangan. Hasil penelitian ini dapat memperkaya pemahaman tentang hubungan antara Sertifikasi Halal dan keunggulan daya saing, serta memberikan wawasan baru terkait peran Sertifikasi Halal dalam meningkatkan akses pasar dan loyalitas pelanggan. Temuan ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian-penelitian

selanjutnya yang mengkaji Sertifikasi Halal sebagai nilai tambah dalam strategi pemasaran dan persaingan bisnis.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana ekonomi syariah dan berharap dapat memperkaya ilmu pengetahuan terkait konsep daya saing UMKM dan Sertifikasi Halal melalui proses pengumpulan dan analisis data, juga peneliti dapat memahami secara langsung faktor-faktor yang mempengaruhi daya saing UMKM di sektor pangan, khususnya produk tahu.

b. Bagi pemilik usaha

Sebagai informasi kepada pemilik UMKM tahu mengenai dampak Sertifikasi Halal terhadap daya saing produk, seperti peningkatan akses pasar, kepercayaan konsumen dan loyalitas pelanggan. Dengan pemahaman ini, pemilik usaha dapat mempertimbangkan Sertifikasi Halal sebagai strategi untuk memperluas pangsa pasar dan meningkatkan daya saing usahanya.

c. Bagi UIN KHAS Jember

Sebagai bahan rujukan yang mungkin dapat mengembangkan ilmunya wawasan terkait dampak sertifikasi halal terhadap daya saing produk, terutama bagi mahasiswa UIN KHAS Jember Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang meneliti hal yang serupa.

E. Definisi Istilah

Pentingnya definisi istilah ini untuk menghindari kesalahpahaman terhadap beberapa istilah yang digunakan penulis dalam judul “Perbandingan Daya Saing UMKM Tahu Bersertifikasi Halal di Desa Kaliwining Bedadung Kulon Kecamatan Rambipuji Kabupaten Jember”, maka penulis memberikan definisi istilah yang saat ini digunakan, antara lain :

1. Perbandingan

Perbandingan adalah penelitian yang bermaksud membandingkan nilai satu atau lebih variabel mandiri pada dua atau lebih populasi, sampel atau waktu yang berbeda atau gabungan semuanya.¹⁹

2. Daya Saing

Daya saing merupakan kemampuan menghasilkan produk barang dan jasa yang memenuhi pengujian internasional, dan dalam saat bersamaan juga dapat memelihara tingkat pendapatan yang tinggi dan berkelanjutan, atau kemampuan daerah menghasilkan tingkat pendapatan dan kesempatan kerja yang tinggi dengan tetap terbuka terhadap persaingan eksternal. Daya Saing nasional sebagai iuran dari kemampuan suatu negara dalam rangka mencapai, atau mempertahankan posisi yang menguntungkan dibandingkan dengan negara lain dalam sejumlah sektor-sektor kuncinya.

World Economic Forum (WEF), suatu lembaga yang secara rutin menerbitkan “*Global Competitiveness Report*” mendefinisikan daya saing sebagai kemampuan suatu perekonomian nasional yang mencapai

¹⁹Sugiyono, 2017.

pertumbuhan ekonomi yang tinggi yang berkelanjutan. Komponen nya meliputi kebijakan-kebijakan yang tepat, institusi yang sesuai, karakter ekonomi yang lain yang mendukung, terwujudnya pertumbuhan ekonomi yang tinggi dan berkelanjutan.

Pada dasarnya secara umum daya saing didefinisikan sebagai kemampuan dari suatu industri untuk menunjukkan keunggulan dalam hal tertentu, dengan cara memperlihatkan situasi dan kondisi yang paling menguntungkan, hasil kerja yang lebih baik dibandingkan dengan industri lainnya. Sehingga faktor yang harus diperhatikan dalam persaingan adalah keunggulan.

3. UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah)

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 yang mengatur tentang Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dijelaskan bahwa usaha mikro adalah usaha produktif milik perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro. Usaha kecil merupakan usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian langsung usaha menengah atau usaha kecil sebagaimana yang dijelaskan pada undang-undang tersebut. Pada pasal 3 disebutkan bahwa UMKM bertujuan

menumbuhkan serta mengembangkan perekonomian nasional berdasarkan demokrasi yang berkeadilan²⁰.

4. Sertifikasi Halal

Sertifikasi halal merupakan pengakuan kehalalan suatu produk yang dikeluarkan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH). Berdasarkan fatwa yang dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia dan telah diatur berdasarkan peraturan dan pasal Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (JPH). Maka pemerintah menerbitkan peraturan pemerintah (PP) No 31 tahun 2019 tentang pelaksanaan jaminan produk halal pada bulan oktober 2019.²¹

F. Sistematika Pembahasan

Berisi tentang deskripsi alur pembahasan skripsi yang dimulai dari bab pendahuluan hingga pada bab penutup.²²

BAB I PENDAHULUAN, membahas konteks, fokus, tujuan, dan manfaat penelitian, juga mencakup definisi istilah dan sistematika pembahasan.

BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN, memuat rangkuman penelitian-penelitian terdahulu yang mempunyai referensi sama atau terkait dengan penelitian ini dan kajian-kajian teori yang berkaitan.

²⁰Rosyidatush Shofiyah, Lailatul Qadariyah. "The Meaning Of Halal Certification For Food Sector UMKM Actors WHO Have Been Certified Halal In Bangkalan Regency" *Jurnal Ekonomi Syariah dan Binsin*, no. 2, November (2022), <https://ejournal.unma.ac.id/index.php/maro/article/view/3595>

²¹Rosyidatush shofiyah, Lailatul qadariyah. "The Meaning Of Halal Certification For Food Sector UMKM Actors WHO Have Been Certified Halal In Bangkalan Regency" *Jurnal Ekonomi Syariah dan Binsin*, Volume 5, Nomer 2, November (2022).

²²Tim Penyusun IAIN jember, "Pedoman Penulisan Karya Ilmiah", (Jember: IAIN Jember Press, 2020), 80.

BAB III METODE PENELITIAN, membahas metode dan jenis penelitian, lokasi penelitian, sumber data, metode pengumpulan dan keabsahan data, serta tahapan penelitian.

BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS, berisi hasil penelitian, seperti gambaran obyek penelitian, penyajian data dan analisis, juga pembahasan temuan.

BAB V PENUTUP, berisi tentang kesimpulan dari hasil penelitian yang dilengkapi dengan beberapa saran dari peneliti.



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Berikut ini merupakan sebuah karya-karya peneliti terdahulu yang memiliki pembahasan yang sama dengan penelitian ini, antara lain :

1. Alif Mursadad, Sissah, Achyat Budianto. (2024) Jurnal Neraca Manajemen, Ekonomi. Dengan judul penelitian *“Peran Sertifikasi Halal Terhadap Peningkatan Penjualan Pada UMKM Di Kecamatan Telanai Pura Jambi”*. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan yang melibatkan 10 UMKM dengan tujuan untuk mengetahui apakah UMKM di Kecamatan Telanai Pura telah menjalankan bisnisnya dengan prinsip syariat islam dan apakah ada peran sertifikasi halal terhadap penjualan produk yang ada pada UMKM di Kecamatan Telanai Pura. Hasil dari penelitian ini adalah UMKM di kecamatan Telanai Pura telah menjalankan bisnisnya dengan prinsip syariat islam dan produk sudah tersertifikasi halal.²³
2. Nur Azifah, Paranita Asnur, et al. (2024) Jurnal Pengabdian Masyarakat Sapangambei Manoktok Hitei. Dengan judul penelitian *“Program Penyuluhan Dan Pendampingan Sertifikat Halal Dalam Upaya Peningkatan Daya Saing UMKM”*. Metode yang digunakan sebagai pendekatan pelaksanaan pengabdian masyarakat adalah dengan menggunakan program penyuluhan dan pendampingan Sertifikat Halal

²³Alif Mursadad, Sissah, et.al., “Peran Sertifikasi Halal Terhadap Peningkatan Penjualan Pada UMKM Di Kecamatan Telanai Pura Jambi” *Jurnal Neraca Manajemen, Ekonomi*, no. 2 tahun 2024 <https://ejournal.warunayama.org/index.php/musytarineraca/article/view/2958>.

dalam upaya peningkatan daya saing UMKM di lingkungan RW. 02 Kampung Bedahan Kelurahan Pabuaran Mekar, Kecamatan Cibinong, Kab. Bogor, Jawa Barat. Penelitian ini bertujuan untuk memeberikan pemahaman berkaitan dengan pengaruh label halal dalam penjualan produk, serta langkah-langkah mengajukan Sertifikasi Halal ke Kemenag melalui aplikasi SIHALAL. Hasil dari program penyuluhan dan pendampingan ini yaitu Sertifikat Halal dalam upaya peningkatan daya saing dapat meningkatkan produk makanan dan minuman yang baik serta jelas kehalalannya sehingga memberikan kenyamanan dan konsumennya mampu meningkatkan kesejahteraan ekonomi warga sekitar Kecamatan Cibinong.²⁴

3. Sulaeman, (2023) *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*. Dengan judul penelitian “*Perbandingan Tingkat Pendapatan UMKM di Masa Pandemi dan Pasca Covid-19 (Studi Kasus Di Objek Wisata Loang Baloq Kota Mataram)*”. Hasil dari penelitian ini sebanyak 77,95 persen usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di wisata loang baloq turut terdmpak negatif pandemi covid-19 pada tahun 2020. Persoalan utama yang dialami UMKM ialah turunnya pendapatan dan peningkatan biaya operasional. Yang menyebabkan pendapatan berkurang karena adanya pembatasan mobilitas, kurangnya komunikasi bisnis yang efektif, modal

²⁴Nur Azifah, Paranita Asnur, et al. Program Penyuluhan Dan Pendampingan Sertifikat Halal Dalam Upaya Peningkatan Daya Saing UMKM, *Jurnal Pengabdian Masyarakat Sapangambe Manoktok Hitei*, no. 1 (2024), <https://jurnal.usi.ac.id/index.php/JPMSMH/article/view/14>

usaha yang minim, kurang memanfaatkan pemasaran digital untuk meningkatkan penjualan.²⁵

4. Maulidiyah Isnaini Nuraliyah, dkk (2023) Jurnal Tadbir Peradaban. Dengan judul “*Keputusan Sertifikasi Halal Oleh UMKM di Bangkalan (Apakah Religiusitas dan Biaya Sertifikasi Berpengaruh ?)*”. hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa religiusitas tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan sertifikasi halal oleh produsen UMKM di bangkalan. Sedangkan variabel pengetahuan, pemahaman dan biaya sertifikasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan sertifikasi halal oleh produsen UMKM. Jumlah responden yang terdapat dalam penelitian ini 55 orang, yang mana masih jauh menggambarkan kondisi UMKM di bangkalan yang sebenarnya. Riset ini hanya memakai 4 variabel independent ialah religiusitas, pengetahuan, uraian serta bayaran sertifikasi.²⁶
5. Rosyidatush Shofiyah, Lailatul Qadariyah (2022).Jurnal Ekonomi Syariah dan Binsin, Vol. 5, No. 2. Dengan judul penelitian “*Pemaknaan Sertifikasi Halal Bagi Pelaku UMKM Sektor Pangan Yang Telah Bersertifikat Halal Di Kabupaten Bangkalan*”.Hasil dari penelitian berdasarkan studi fenomena ini diklasifikasikan menjadi dua mengenai pemaknaan

²⁵Sulaeman, Perbandingan Tingkat Pendapatan UMKM di Masa Pandemi Pasca Covid-19 (Studi Kasus di Objek Wisata Loang Baloq Kota Mataram, *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, no. 4 (2023), <https://bajangjournal.com/index.php/JEMBA/article/view/6072>

²⁶Maulidiyah Isnaini Nuraliyah, et al. (2023) “Keputusan Sertifikasi Halal Oleh UMKM di Bangkalan (Apakah Religiusitas dan Biaya Sertifikasi Berpengaruh ?)”. *Jurnal Tadbir Peradaban*, no.1(2023), https://www.researchgate.net/publication/368226408_Keputusan_Sertifikasi_Halal_oleh_UMKM_di_Bangkalan_Apakah_Religiusitas_dan_Biaya_Sertifikasi_Berpengaruh

sertifikasi halal bagi UMKM yang telah bersertifikat halal di kabupaten bangkalan. Yaitu : informan yang memaknai sertifikasi halal atas dasar kesadaran masing-masing individu yakni UMKM El Nikita, UMKM El Ruby dan UD Budi Jaya. Dan informan yang memaknai sertifikasi halal atas dasar regulasi peraturan pemerintah yang mewajibkan mengajukan sertifikasi halal yaitu UMKM De Tallon dan UMKM Lamora. Sebagaimana hasil studi sertifikasi halal secara optimal mampu meningkatkan pendapatan pelaku UMKM secara tepat dan mewujudkan respon aktif oleh konsumen terhadap produk industri sektor pangan.²⁷

6. Luh Komang Candra Dewi, Sili Antari, Herindiyah Kartika Yuni. (2022) *Jurnal Bisnis & Kewirausahaan*, Vol 18, No 2. Dengan judul penelitian “*Peran Inovasi Produk Dalam Memediasi Pengaruh Entrepreneurial Marketing Terhadap Daya Saing UMKM Di Desa Gianyar Bali*”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh entrepreneurial marketing terhadap inovasi produk pada UMKM di desa petak Gianyar Bali, untuk mengetahui pengaruh inovasi produk pada daya saing, untuk mengetahui pengaruh entrepreneurial marketing pada daya saing melalui mediasi product innovation.²⁸

²⁷Rosyidatush Shofiyah, Lailatul Qadariah. “Pemaknaan Sertifikasi Halal Bagi Pelaku UMKM Sektor Pangan Yang Telah Bersertifikat Halal di Kabupaten Bangkalan” *Jurnal Ekonomi Syariah dan Binsin*, Vol 5, No. 2, (November 2022).

²⁸ Luh Komang Candra Dewi, Sili Antari, Herindiyah Kartika Yuni, “Peran Inovasi Produk Dalam Memediasi Pengaruh Entrepreneurial Marketing Terhadap Daya Saing UMKM di Desa Petak Gianyar Bali”, *Jurnal Bisnis & Kewirausahaan*, no. 2 (Juli, 2018), 2, <https://ojs2.pnb.ac.id/index.php/JBK/article/view/423>

7. Wilfarda Charismanur Anggraeni, dkk, (2021). *Journal of government and politics (JGOP)*. Dengan judul “*Kebijakan Pemerintah Dalam Pemberdayaan UMKM Di Masa Pandemi Covid-19*”. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa dampak buruk dari pandemi covid-19 yang sangat berpengaruh terhadap kondisi lingkungan masyarakat dan terhambatnya kebutuhan prima keluarga. Maka diperlukan beberapa strategi jangka pendek dan jangka panjang serta adanya edukasi dan sosialisasi informasi mengenai penggunaan e-commerce sebagai salah satu platform yang bisa digunakan untuk menunjang perekonomian sementara selama pandemi covid-19 dan memudahkan bagi para pelaku bisnis dalam memperkenalkan bisnisnya dan bahkan melakukan transaksi.²⁹
8. Siti Indah Purwaning Yuwana, Hikmatul Hasanah, (2021). *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani*, Vol. 1, No. 2. Dengan judul “*Literasi Produk Bersertifikasi Halal Dalam Rangka Meningkatkan Penjualan Pada UMKM*”. Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian ini adalah ceramah dengan teknik diskusi interaktif dengan melibatkan seluruh peserta. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa dari sisi pengetahuan pelaku UMKM terkait label dan produk halal, ada perbedaan sebelum dan sesudah diadakan pendampingan literasi, dimana menunjukkan adanya peningkatan pemahaman pelaku UMKM setelah diberikan pelatihan literasi Sertifikasi produk halal. Pelaku UMKM dapat mengerti dan memahami tahapan proses pengurusan produk halal, apa saja dokumen

²⁹Wilfarda Charismanur Anggraeni, et al, *Kebijakan Pemerintah Dalam Pemberdayaan UMKM Di Masa Pandemi Covid-19 di Indonesia*, *Journal Of Government And Politics (JGOP)*, no. 1 (2021),

yang diperlukan dan mengetahui instansi yang menjadi arah tujuan pengurusan. .³⁰

9. Hana Khairunnisa, Deni Lubis, Qoriatul Hasanah, (2020). Jurnal AL-MUZARA'AH Vol.8 No. 2. Dengan judul “*Kenaikan Omzet UMKM Makanan Dan Minuman di Kota Bogor Pasca Sertifikasi Halal*”. Metode analisis yang digunakan yaitu analisis deskriptif, uji-t sampel berpasangan dan analisis regresi linier berganda. Berdasarkan hasil penelitian, terdapat perubahan omzet UMKM sebelum dan sesudah memiliki Sertifikat Halal. Faktor-faktor yang mempengaruhi peningkatan perolehan omzet UMKM setelah memiliki Sertifikat Halal secara positif dan signifikan adalah modal, Jam kerja, lama usaha, dan dummy pomosi.³¹
10. Syaeful Bakhri, (2020). Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Islam. Dengan judul “*Analisis Kepemilikan Sertifikat Halal Terhadap Tingkat Pendapatan Usaha Pelaku Industri Kecil dan Menengah*”. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Uji Chi-Square menunjukkan nilai p-value $0,021 < (0,05)$ yang menjelaskan ada hubungan secara langsung antara kepemilikan sertifikat halal dengan pendapatan usaha pelaku IKM. Pada kesempatan yang sama kepemilikan sertifikat akan berdampak sekitar 2,4 kali meningkatkan pendapatan pelaku usaha IKM yang telah

³⁰ Siti Indah Purwaning Yuwana, Hikmatul Hasanah, “ Literasi Produk Bersertifikasi Halal Dalam Rangka Meningkatkan Penjualan Pada UMKM”, *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani*, no. 2. (2021), https://scholar.google.co.id/citations?view_op=view_citation&hl=id&user=xgj9IkAAAAJ&citation_for_view=xgj9IkAAAAJ:2osOgNQ5qMEC

³¹Hana Khairunnisa, Deni Lubis, Qoriatul Hasanah, “Kenaikan Omzet UMKM Makanan Dan Minuman Di Kota Bogor Pasca Sertifikasi Halal”, *Jurnal AL-MUZARA'AH*, no. 2 (2020).

bersertifikat halal, dengan nilai Odd Ratio (OR) sebesar 2,357. Dampak positif kepemilikan sertifikat dapat meningkatkan pendapatan sekaligus membuktikan bahwa sertifikat halal memiliki hubungan yang signifikan dalam mempengaruhi tingkat pendapatan pelaku IKM.³²

Tabel 1.5
Mapping Penelitian Terdahulu

No	Judul	Persamaan	Perbedaan
1.	Alif Mursadad, et al (2024) Peran Sertifikasi Halal Terhadap Peningkatan Penjualan Pada UMKM Di Kecamatan Telanai pura Jambi.	Membahas tentang peningkatan penjualan pada UMKM.	a. Tujuan penelitian.
2.	Nur Azifah, Paranita Asnur, et al. (2024) Program penyuluhan dan pendampingan Sertifikat Halal dalam upaya peningkatan daya saing UMKM.	Membahas tentang penyuluhan dan pendampingan Sertifikat Halal dalam upaya peningkatan daya saing UMKM	a. tempat penelitian b. tujuan penelitian c. metode penelitian menggunakan program penyuluhan dan pendampingan.
3.	Rosyidatush Shofiyah, Lailatul Qadariyah (2023) Pemaknaan sertifikasi halal bagi pelaku UMKM sektor pangan yang telah bersertifikat halal di kabupaten bangkalan	Membahas tentang makna sertifikasi halal bagi pelaku UKMM	a. Metode penelitian menggunakan metode peneliti kualitatif deskriptif f. b. Pengumpulan data menggunakan data primer.
4.	Faizal, (2023) Peran Sertifikasi Halal Terhadap Peningkatan	Membahas tentang peran sertifikasi halal terhadap peningkatan penjualan	a. Tempat dan waktu penelitian dan dilakukannya dari data terkin tahun 2021

³²Syaeful Bakhri, Analisis Kepemilikan Sertifikat Halal Terhadap Tingkat Pendapatan Usaha Pelaku Industri Kecil dan Menengah, *Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Islam*, no. 1. (2020), <https://www.syekh Nurjati.ac.id/jurnal/index.php/al-mustashfa/article/view/6789/0>

No	Judul	Persamaan	Perbedaan
	Penjualan Pada Fanybella Resto di Kota Pekanbaru		<p>pada restoran di kota pekanbaru.</p> <p>b. Subjek penelitian ini pimpinan mitra yang bertanggung jawab di restoran ini.</p>
5.	<p>Wilfarda Charismanur Anggraeni, et al, (2022).</p> <p>Kebijakan Pemerintah Dalam Pemberdayaan UMKM Di Masa Pandemi Covid-19.</p>	Membahas tentang pemberdayaan UMKM di masa pandemic covid-19	<p>a. Metode yang digunakan yaitu metode literature review dari berbagai sumber .</p> <p>b. Tujuannya yaitu untuk mengetahui kebijakan pemerintah dalam memperkuat UMKM di masa pandemic covid-19 di Indonesia.</p>
6.	<p>Luh Komang Candra Dewi, Sili Antari, Herindiyah Kartika Yuni, (2022)</p> <p>Peran inovasi produk dalam memediasi pengaruh Entrepreneurial marketing terhadap daya saing UMKM di desa Gianyar Bali.</p>	Membahas tentang pengaruh Entrepreneurial marketing terhadap inovasi produk pada daya saing UMKM.	<p>a. lokasi penelitian</p> <p>b. sama-sama membahas daya saing UMKM.</p>
7.	<p>Yoga Pradana, (2021)</p> <p>Analisis perbandingan pendapatan UMKM kecamatan jung batu dan kecamatan rambah di kabupaten rokanhulu</p>	Membahas tentang perbandingan pendapatan UMKM di kecamatan	<p>a. Perbedaan yang signifikan pendapatan UMKM.</p> <p>b. Faktor-faktor yang menentukan pendapatan UMKM.</p>
8.	<p>Syaeful Bakhri, (2021)</p> <p>Analisis Kepemilikan</p>	Membahas tentang kepemilikan sertifikasi halal	<p>a. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui dan</p>

No	Judul	Persamaan	Perbedaan
	Sertifikat Halal Terhadap Tingkat Pendapatan Usaha Pelaku Industri Kecil dan Menengah	terhadap tingkat pendapatan IKM.	menganalisis terkait pendapatan sebelum dan sesudah memiliki sertifikat halal b. Metode penelitian yang digunakan deskriptif kuantitatif.
9.	Heri Kusmanto, et al, (2020) Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) ikatan makanan olahan (IMO) dalam upaya legalitas usaha	Membahas tentang pendampingan kepada pelaku UMKM tentang legalitas usaha. a.	a. Metode yang digunakan yaitu dalam bentuk penyuluhan, pelatihan dan pendampingan dalam manajemen legalitas usaha b. Tujuannya untuk meningkatkan kepekaan (awareness) dan membangunkan kerangka berpikir).
10.	Syaeful Bakhri, (2020). Analisis kepemilikan Sertifikat Halal terhadap tingkat pendapatan usaha pelaku industri kecil dan menengah.	Membahas tentang kepemilikan Sertifikat Halal terhadap tingkat pendapatan usaha pelaku industri kecil dan menengah.	a. membahas tentang IKM (industri kecil menengah) b. Metode yang digunakan yaitu menggunakan kuantitatif.

Sumber data : diolah dari penelitian terdahulu

Berdasarkan mapping penelitian terdahulu diatas, adanya persamaan penelitian terdahulu dengan yang akan dilakukan yakni terletak pada topik yang diangkat, yaitu sama-sama membahas tentang UMKM bersertifikasi halal dan tidak. Selain itu, sebagian besar metode yang dipakai sama-sama menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data (observasi,

wawancara, dan dokumentasi). Adapun perbedaan dari penelitian ini terletak pada konsep pembahasan, dimana penelitian ini berfokus pada daya saing usaha UMKM Bersertifikasi Halal dan UMKM tidak Bersertifikasi Halal. Penulis mengambil konsep pembahasan ini karena jika dilihat dari penelitian terdahulu masih belum ada yang meneliti. Selain itu, lokasi penelitian yang dipilih belum diteliti oleh penelitian sebelumnya sehingga permasalahan yang terjadi di lokasi tersebut berbeda dengan lokasi-lokasi yang sudah pernah diteliti.

B. Kajian Teori

1. Pengertian Perbandingan

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia disebutkan bahwa perbandingan berasal dari kata “banding” yang berartipersamaan. Sedangkan membandingkan mempunyai arti mengadu dua hal untuk diketahui perbandingannya. Perbandingan diartikan sebagai selisih persamaan³³.

Dalam analisa perbandingan biasanya melalui tiga tahap yaitu: tahap pertama merupakan kegiatan deskriptif untuk mencari informasi, tahap kedua memilah informasi berdasarkan klasifikasi tertentu, dan tahap ketiga menganalisa hasil pengklasifikasian itu untuk dilihat keteraturan dan hubungan antara berbagai variabel³⁴.

³³Devy Indah Pratiwi, Farhanuddin Jamanie, Sry Reski Mulka, “Perbandingan Kualitas Pelayanan Pembuatan Kartu Tanda Penduduk Elektronik (KTP-EL) (Studi Pada Dinas Kependudukan Dan Pencatatan Sipil Kota Samarinda Dan Kabupaten Kutai Timur Periode 2018-2019)”. *Jurnal Pemerintahan Integratif*, 2020, 1.

³⁴Devy Indah Pratiwi, Farhanuddin Jamanie, Sry Reski Mulka, 666-667

Perbandingan merupakan suatu metode pengkajian atau penyelidikan dengan mengadakan perbandingan di antara dua objek kajian atau lebih untuk menambah dan memperdalam pengetahuan tentang objek yang dikaji. Jadi didalam perbandingan ini terdapat objek yang hendak diperbandingkan yang sudah diketahui sebelumnya, akan tetapi pengetahuan ini belum tegas dan jelas³⁵.

Dari pengertian tersebut dapat diartikan bahwa perbandingan adalah membandingkan dua hal atau benda untuk diketahui persamaan dan perbedaan kedua hal atau benda melalui tahap-tahap tertentu dengan suatu alat ukur dalam membandingkannya, sehingga mendapat keuntungan satu sama lain dari dua atau lebih objek yang dibandingkan.

2. Daya Saing

a. Pengertian Daya Saing

Daya Saing dapat didefinisikan sebagai kemampuan untuk mempertahankan pangsa pasar. Kemampuan ini sangat ditentukan oleh faktor suplai yang tepat waktu dan harga yang kompetitif. Secara berjenjang, suplai tepat waktu dan harga yang kompetitif di pengaruhi oleh dua faktor penting lainnya, yaitu fleksibilitas kemampuan untuk (melakukan adaptasi terhadap keinginan konsumen) dan manajemen differensiasi produk. Begitu pula halnya dengan fleksibilitas dan differensiasi produk dapat dicapai sepanjang adanya kemampuan untuk melakukan inovasi dan adanya efektivitas dalam sistem pemasaran.

³⁵Devy Indah Pratiwi, Farhanuddin Jamanie, Sry Reski Mulka, 666

Disamping itu, daya saing mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan produktivitas perusahaan dan memperluas akses pasar. Hal ini akan bermuara kepada peningkatan omzet penjual dan profitabilitas.³⁶ Bank dunia berpendapat, bahwa daya saing dan pertumbuhan ekonomi suatu negara akan mengurangi kemiskinan bila negara tersebut membuat dan melaksanakan kebijakan berdasarkan dua pilar pembangunan, yaitu membangun sebuah iklim investasi yang baik dimana para pengusaha swasta akan berinvestasi, meningkatkan lapangan pekerjaan dari berproduksi secara efisien, memberdayakan orang-orang miskin dan berinvestasi pada mereka sedemikian rupa sehingga mereka dapat berpartisipasi dalam pertumbuhan ekonomi.³⁷

Daya saing nasional berangkat dari keyakinannya bahwa teori ekonomi klasik yang menjelaskan tentang keunggulan komparative tidak mencukupi, atau bahkan tidak tepat. Suatu negara memperoleh keunggulan daya saing/ *Competitive Advantage* (CA) jika perusahaan (yang ada di negara tersebut) kompetitif. Daya saing suatu negara ditentukan oleh kemampuan industri melakukan inovasi dan meningkatkan kemampuannya. Perusahaan memperoleh (CA) karena tekanan dan tantangan. Perusahaan menerima manfaat dari adanya persaingan di pasar domestik, supplier domestik yang agresif, serta

³⁶Arief Rahman, *Peran Teknologi informasi dalam Peningkatan Daya Saing UKM*, (Yogyakarta: Universitas Widyatama, 20 juni 2009), 30.

³⁷Rio F. wilantara dan Susilawati, *Strategi dan Kebijakan Pengembangan UMKM (upaya meningkatkan daya saing UMKM Nasional di Era MEA)* (Bandung: PT Refika Aditama, 2016), 99-100, <https://inlislite.uin-suska.ac.id/opac/detail-opac?id=26059>

pasar lokal yang memiliki permintaan tinggi. Porter mengajukan *Diamond Model* (DM) yang terdiri dari 4 determinan (faktor-faktor yang menentukan) *National Competitive Advantage* (NCA). 4 atribut ini adalah : kondisi faktor, kondisi permintaan, industri terkait dan pendukung, serta strategi, struktur, dan persaingan perusahaan.³⁸

b. Konsep Daya Saing

Daya saing adalah sebuah konsep yang cukup ruwet. Tidak ada satu indikatorpun yang bisa digunakan untuk mengukur daya saing yang memang sulit untuk diukur. Namun daya saing adalah suatu konsep yang umum digunakan di dalam ekonomi, yang biasanya merujuk kepada komitmen terhadap persaingan pasar dalam kasus perusahaan-perusahaan dan keberhasilan dalam persaingan internasional dalam kasus negara-negara. Dalam dua dekade terakhir, seiring dengan semakin mengglobalnya perekonomian dunia dan persaingan bebas, daya saing telah menjadi satu dari konsep-konsep kunci bagi perusahaan-perusahaan, negara-negara di dalam globalisasi dan perdagangan bebas dunia.³⁹

³⁸Tri Weda Rahardjo, *Strategi Pemasaran dan Prnguatan Daya Saing Produk Batik UMKM* (Surabaya: CV. Jakad Publishing, 2018), <http://eprints.ubhara.ac.id/1489/1/Buku%20Penguatan%20Strategi%20Pemasaran%20%28Triweda%29.pdf>

³⁹Tabunan, T.T.H., “*Daya Saing Global Indonesia 2008-2009 versi world Economic Forum (WEF)*” 2008, Makalah Kadin Indonesia Diakses dari <http://kadin-indonesia.or.id> pada tanggal 17 september 2018.

c. Teori Peningkatan Daya Saing UMKM

Teori daya saing UMKM didekati melalui 2 (dua) model teorialternatif, yaitu: (i) teori modal sosial dan (ii) teori optimalisasi sumberdaya lokal. Teori modal sosial menekankan pentingnya kekuatan kemitraan dan jaringan bagi UMKM. Jaringan dikatakan sebagai aliansi, yaitu bentuk persetujuan antara pihak yang berkepentingan dengan satu orientasi yang sama. Proses ini menciptakan anggota jaringan untuk menyumbangkan sumber daya yang dimiliki pada hal yang baru dan menghasilkan nilai baru. Proses jaringan berlangsung dalam hubungan antara *firms value chain* dan *supplier value chain*, serta distribusi.

Teori berikutnya dalam meningkatkan daya saing UMKM adalah optimalisasi sumberdaya lokal, yang didekati melalui teori *Heckser-Ohlin* (H-O). Teori ini menekankan pada perbedaan relatif faktor pemberian alam yang digunakan sebagai bahan baku, dan harga-harga faktor produksi antar wilayah. Dalam konteks peningkatan daya saing UMKM, model (H-O) memfokuskan pada pentingnya spesialisasi dalam melakukan pengembangan usaha.

Teori (H-O) memperlihatkan bagaimana kekuatan-kekuatan UMKM bergabung untuk bersama-sama menentukan harga-harga faktor produksi yang berasal dari endowment suatu wilayah. Harga-harga faktor produksi yang berasal dari faktor endowment akan menentukan harga-harga komoditi dalam suatu wilayah tersebut. Selain

harga, komoditi yang dihasilkan juga mencakup kualitas. Kualitas dari komoditi yang dihasilkan sangat ditentukan oleh faktor teknologi dan inovasi, dan faktor tersebut sangat ditentukan oleh kualitas sumberdaya manusia (SDM). Dalam konteks daya saing UMKM, maka sangat penting melihat faktor endowment apa saja yang dimiliki oleh wilayah, dan pentingnya peningkatan kualitas SDM yang dipadukan dengan inovasi teknologi.⁴⁰

d. Strategi Peningkatan Daya Saing

Daya Saing Perusahaan tidak dapat dipahami jika tidak melihatnya secara menyeluruh, karena daya saing dapat bersumber dari banyaknya ragam kegiatan seperti mendesain, membuat, memasarkan, mendistribusikan dan mendukung produknya. Masing-masing kegiatan tersebut dapat mempengaruhi posisi biaya relatif dan landasan diferensiasi suatu Perusahaan.⁴¹

Berikut adalah beberapa Strategi dalam meningkatkan daya saing diantaranya adalah sebagai berikut:

1) Rantai Nilai dan Keunggulan Bersaing

Dalam perspektif persaingan, nilai ialah jumlah uang yang bersedia dibayarkan oleh konsumen atas apa yang ditawarkan oleh suatu perusahaan. Nilai dapat diukur dengan total pendapatan dari

⁴⁰ Arif Dwi Hartanto et al. "Formulasi Pembangunan Ekonomi Lokal Partisipatif Sebagai Strategi Peningkatan Daya Saing UMKM", *Jurnal Dinamika Ekonomi Pembangunan (JDEP)*, 2021.

⁴¹ Michael E. Porter, "Keunggulan Bersaing : Menciptakan dan Mempertahankan Kinerja Unggul", (PT. Gelora Aksara Pratama, 1993), 31, https://opac.uin-antasari.ac.id/index.php?p=show_detail&id=24033&keywords=

penjualan, yang mencerminkan harga yang telah ditentukan dan jumlah unit yang terjual. Suatu usaha dianggap menguntungkan ketika nilai yang diperoleh melebihi biaya produksi produk tersebut.

2) Keunggulan Biaya

Suatu perusahaan dapat dikatakan memiliki keunggulan biaya ketika biaya kumulatif pada semua aktivitas nilainya lebih rendah daripada biaya pesaingnya. Karena jika suatu perusahaan memberikan nilai yang dapat diterima oleh konsumen, maka perusahaan tersebut tidak akan kehilangan keunggulan biayanya dengan menurunkan harga dibandingkan pesaingnya, dan keunggulan biaya juga akan menghasilkan peningkatan kinerjanya.

Ada dua cara utama bagi perusahaan dalam mencapai keunggulan biaya yaitu, mengendalikan penentu biaya dan mengkonfigurasi ulang rantai nilai. Karena pertama, bahkan suatu perusahaan itu memiliki nilai rantai yang sangat berbeda dari pesaingnya, pasti ada beberapa aktivitas yang sama, juga biaya relatifnya dalam melakukan aktivitas itu dapat mempertinggi atau memperendah posisi biaya secara keseluruhan.

3) Teknologi dan Keunggulan Bersaing

Perubahan teknologi adalah salah satu faktor yang mampu mendorong persaingan, namun perubahan teknologi tidak penting perubahan itu sendiri, karena perubahan teknologi hanya dapat

dianggap penting jika berdampak pada keunggulan bersaing dan struktur industri. Dikatakan demikian sebab, tidak semua perubahan teknologi dapat memberikan keuntungan strategis, perubahan teknologi juga dapat melemahkan posisi bersaing dan daya tarik perusahaan tersebut. Teknologi tinggi tidak dapat menjamin suatu perusahaan akan mampu memperoleh keuntungan. Faktanya, beberapa perusahaan dengan teknologi tinggi kurang menguntungkan dibandingkan beberapa perusahaan dengan teknologi rendah lainnya, hal ini bisa disebabkan oleh perusahaan dengan teknologi tinggi memiliki struktur yang kurang menguntungkan.⁴²

4) Pemilihan Pesaing

Pesaing umumnya dianggap sebagai ancaman oleh kebanyakan perusahaan, pada dasarnya perhatian perusahaan dipusatkan untuk mencari cara memperbesar pangsa pasar dengan memperkecil pangsa persaingan serta mencegah pesaing baru. Pesaing memang dapat dianggap sebagai ancaman, tetapi pesaing yang tepat justru dapat memperkuat, bukan memperlemah posisi bersaing perusahaan.⁴³

⁴²Michael E. Porter, "Keunggulan Bersaing : Menciptakan dan Mempertahankan Kinerja Unggul", (PT. Gelora Aksara Pratama, 1993), 90 https://opac.uin-antasari.ac.id/index.php?p=show_detail&id=24033&keywords=

⁴³Michael E. Porter, "Keunggulan Bersaing : Menciptakan dan Mempertahankan Kinerja Unggul", (PT. Gelora Aksara Pratama, 1993), 190 https://opac.uin-antasari.ac.id/index.php?p=show_detail&id=24033&keywords=

e. Indikator Daya Saing Pada UMKM

Dayasaing merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan produk barang dan jasa yang lebih unggul sehingga dapat bersaing dengan produk luar, ada 3 indikator daya saing yaitu sebagai berikut:

1. Keunikan Produk

Keunikan yang dimaksud adalah keunikan yang dimiliki oleh produk yang dihasilkan perusahaan sehingga membedakannya dari produk pesaing. Sebagai sebuah terobosan yang dihasilkan perusahaan dalam menuangkan hasil ide-ide atau gagasan sehingga menciptakan sesuatu yang berbeda atau unik dari yang lain (pesaing) sehingga mampu memiliki daya tarik bagi pelanggan.

2. Kualitas Produk

Kualitas produk yang dimaksud adalah kualitas dari produk yang berhasil diciptakan oleh perusahaan. Pintar dalam memilih bahan baku yang bermutu tinggi, sehingga menghasilkan produk yang berkualitas atau lebih dibandingkan pesaing

3. Harga Bersaing

Kemampuan perusahaan untuk menghasilkan produk dengan harga yang mampu bersaing di pasaran. Dengan terciptanya suatu produk yang unik dan berkualitas, perusahaan

harus bisa menyesuaikan harga supaya harga tersebut sesuai dengan daya beli pelanggan (terjangkau) dalam kata lain tidak membebankan pelanggan.⁴⁴

f. Dampak Sertifikasi Halal Terhadap Daya Saing UMKM

Dampak Sertifikasi Halal terhadap daya saing UMKM dipengaruhi oleh berbagai faktor, yaitu peningkatan penjualan, peningkatan pendapatan, mendapatkan kepercayaan pembeli dalam keputusan pembelian produk. Berikut beberapa dampak Sertifikasi Halal terhadap daya saing UMKM diantaranya yaitu :

1. Peningkatan penjualan
2. Peningkatan pendapatan
3. Mendapatkan kepercayaan pembeli dalam keputusan pembelian produk.⁴⁵

3. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

a. Pengertian UMKM

Dewan Koperasi Indonesia (DEKOPIN) memberikan pengertian UMKM sebagai kumpulan para pelaku usaha ekonomi yang kemudian dikategorikan sebagai perusahaan yang bersekala kecil, menggunakan teknologi tradisional, dan dikelola secara sederhana. Badan Pusat Statistik (BPS) mendefinisikan UMKM berdasarkan tenaga kerja, usaha mikro merupakan usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja kurang dari 5 orang, sedangkan usaha kecil merupakan usaha yang memiliki tenaga

⁴⁴ Leonardus Saiman, *Kewirausahaan* (Jakarta: Salemba Empat, 2009), 125.

⁴⁵ Isnilu Sepria Azis, Askari Zakaria, Novita, "Dampak Eksistensi Sertifikasi Halal Pada Keunggulan Kompetitif UMKM", *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, no.1 2024, 226.

kerja 5 sampai 9 orang, kemudian usaha menengah merupakan usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja 20 sampai 99 orang.⁴⁶

4. Konsep Sertifikasi Halal

a. Pengertian Sertifikasi Halal

Sertifikasi Halal adalah fatwa tertulis yang dikeluarkan oleh MUI yang menyatakan kehalalan suatu produk yang merupakan keputusan sidang komisi fatwa MUI berdasarkan proses audit yang dilakukan oleh LPPOM-MUI. Fatwa adalah ketetapan hukum Islam yang dikeluarkan oleh komisi fatwa tentang status hukum suatu produk tertentu. Dalam proses sertifikasi halal, keluaran fatwa yaitu status halal atau haram suatu produk berdasarkan proses audit yang dilakukan oleh LPPOM MUI. Sedangkan komisi fatwa adalah suatu komisi MUI yang bertugas untuk menghasilkan ketetapan hukum Islam tentang status hukum suatu kasus tertentu. Sertifikasi halal ini merupakan syarat untuk mencantumkan label halal.⁴⁷

b. Tujuan Sertifikasi Halal

Tujuan dari Sertifikasi Halal itu sendiri adalah untuk memberikan kepastian status kehalalan suatu produk, sehingga dapat menentramkan batin konsumen muslim. Namun ketidaktahuan seringkali membuat minimnya perusahaan memiliki kesadaran untuk mendaftarkan diri guna memperoleh sertifikasi halal. Jaminan halal

⁴⁶Musran Munizu et al., *UMKM (Peran Pemerintah Dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM di Indonesia)* (Jambi: PT.Sonpedia Publishing Indonesia, 2023),

⁴⁷Aisjah Girinda "Dari Sertifikat Menuju Labelisasi Halal" (Jakarta: Pustaka Jurnal Halal, 2008), 25.

dari produsen. Sertifikasi halal memiliki banyak manfaat, bagi konsumen salah satunya untuk memberikan ketenangan terhadap produk Bersertifikasi Halal yang memiliki dampak pada pemenangan pasar global karena produk tersebut memiliki nilai tambah sebagai salah satu cara untuk bersaing dengan berbagai *Competitor* yang ada. Kepercayaan konsumen akan lebih mudah didapat oleh produk yang memiliki sertifikasi halal, karena produk yang sudah bersertifikasi halal merupakan produk yang aman dan terjamin.⁴⁸

c. Faktor Yang Mempengaruhi Daya Saing UMKM

- 1) Keunggulan Produk
- 2) Sumber Daya Manusia
- 3) Pemasaran Menggunakan IT⁴⁹

d. Indikator Sertifikasi Halal

- 1) Fasilitas Pemerintah
- 2) Omset atau keuntungan
- 3) Perluasan pangsa pasar
- 4) Prosedur sertifikasi halal
- 5) Harga jual produk⁵⁰

⁴⁸Fuadi, Andri and Zuhriana, "Studi Literatur Implementasi Sertifikasi Halal Produk UMKM", 120.

⁴⁹Dian Anita Sari, "Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Daya Saing UMKM Di Kabupaten Rembang", Jurnal Buletin Bisnis & Manajemen, No.02 Agustus 2017, 18.

⁵⁰ Muhammad Syarofi. "Program Sertifikasi Halal" (Jawa Barat : CV. Adanu Abimata, 2024) 40-43.

e. Manfaat Kepemilikan Sertifikasi Halal

- 1) Meningkatkan kepercayaan konsumen. Konsumen muslim akan lebih percaya terhadap produk atau jasa yang telah tersertifikasi halal. Hal ini karena Sertifikasi Halal memberikan jaminan bahwa produk atau jasa tersebut aman dan sesuai dengan syariat islam.
- 2) Memperluas pangsa pasar. Produk atau jasa yang telah tersertifikasi halal dapat dipasarkan di pasar global, terutama di negara-negara dengan mayoritas penduduk muslim.
- 3) Meningkatkan citra pelaku UMKM sebagai pengusaha yang profesional dan bertanggung jawab.⁵¹



⁵¹ Wawan Wasik Murzaki, Triyono, "Pengaruh Religiusitas, Sertifikasi Halal, dan Bahan Produk Terhadap Keputusan Pembelian", *Majalah Ekonomi dan Bisnis* 17.2 (2021): 12

BAB III

METODE PENELITIAN

Metode Penelitian adalah rangkaian aktivitas dalam mencari kebenaran suatu studi penelitian, dan diawali dengan pemikiran yang dapat membentuk fokus masalah, oleh karena itu dapat menimbulkan hipotesis awal, dengan dibantu dengan persepsi penelitian terdahulu, maka penelitian dapat diolah serta dianalisis dengan pada akhirnya membentuk suatu kesimpulan.⁵² Dengan adanya metode penelitian, peneliti bisa mendapatkan dan memperoleh data secara seksama mengenai aspek yang ada kaitannya dengan masalah yang diteliti.

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, karena data yang akan diperoleh nantinya bersifat deskriptif atau dalam bentuk kata-kata tertulis. Penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *postpositivisme*, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah. (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan). Analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi.⁵³

Alasan penulis menggunakan pendekatan kualitatif ialah karena pendekatan kualitatif memberikan fleksibilitas dalam mengumpulkan dan menganalisis data. Data dapat dikumpulkan melalui observasi langsung,

1. ⁵² Syafrida Hafni Sahir, *Metodologi Penelitian* (Jogjakarta: penerbit KBM Indonesia, 2021),

⁵³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2018),9

wawancara mendalam, dan sumber-sumber lainnya yang memungkinkan peneliti untuk mendapatkan pemahaman yang holistik tentang fenomena yang diteliti.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian komparatif, penelitian komparatif merupakan penelitian yang bersifat membandingkan variabel yang satu dengan variabel yang lain atau variabel satu dengan standar.⁵⁴

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ialah suatu objek penelitian dimana dilakukannya kegiatan penelitian. Dengan adanya penentuan lokasi penelitian ini salah satunya untuk memudahkan dan memperjelas lokasi yang akan dijadikan sasaran oleh peneliti. Penelitian ini berlokasi di Dusun Bedadung Kulon, Desa Kaliwining, Kecamatan Rambipuji Kabupaten Jember. Adapun alasan penulis dalam memilih lokasi ini karena Desa Kaliwining Bedadung Kulon merupakan salah satu desa dengan jumlah produksi tahu terbanyak yang memiliki Sertifikasi Halal.

C. Subyek Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik *purposive* yang ditargetkan dalam memilih informan. *Purposive* adalah teknik yang mengambil sumber data dari sudut pandang tertentu. Pertimbangan khusus ini, seperti orang yang diyakini paling tau apa yang kita harapkan, atau mungkin

⁵⁴ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis Ekonomi*, (Yogyakarta : Pustaka baru press, 2022),16

orang tersebut sebagai penguasa yang memungkinkan peneliti untuk melakukan eksplorasi situasi dengan lebih mudah.⁵⁵

Pertimbangan tertentu disini adalah informan yang terlibat dan mengetahui aspek yang akan dikaji dalam penelitian ini diantaranya ialah:

1. Produsen tahu Hafis : Bapak Babun
2. Produsen tahu Balap : Bapak Solehan
3. KonsumentahuHafis : Ibu Tuhemi dan ibu Liya
4. KonsumentahuBalap : Bapak Khoirul Anam, Ibu Nurul,
Bapak Ali Riski
5. Karyawan Tahu Balap : Mas Thoyyib

D. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, terdapat 3 teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti, yakni : Wawancara (*interview*), Observasi (*observation*), dan Dokumentasi (*documentation*). Berikut merupakan penjelasan teknik pengumpulan data yang dipakai peneliti adalah sebagai berikut:

1. Observasi

Observasi adalah pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian. Observasi (pengamatan) merupakan teknik pengumpulan data yang digunakan untuk mengamati secara langsung sasaran (subyek) penelitian dan merekam peristiwa serta perilaku secara wajar, asli, tidak dibuat-buat, dan spontan dalam kurun

⁵⁵Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D, 218-219.

waktu tertentu, sehingga diperoleh data yang cermat, mendalam, dan rinci. Metode digunakan oleh peneliti agar peneliti memperoleh pengalaman langsung dan dijadikan sebagai alat untuk melakukan uji kebenaran. Selain itu dengan pengamatan, peneliti akan mengalami dan melihat sendiri serta dapat mencatat kejadian sebagaimana yang terjadi untuk dijadikan sebagai alat yang sangat bermanfaat bilamana teknik komunikasi lain kurang memungkinkan.⁵⁶

Penelitian ini menggunakan observasi partisipasi pasif, jadi dalam hal ini peneliti datang di tempat kegiatan orang yang diamati, tetapi tidak ikut terlibat dalam kegiatan tersebut.⁵⁷ Berkenaan dengan penelitian yang akan dilakukan, peneliti secara langsung datang ke lokasi UMKM tahu keduanya untuk memperoleh data-data yang dibutuhkan. Adapun observasi yang peneliti lakukan yaitu mengamati secara langsung kegiatan dan perilaku *stakeholder* yang terlibat dalam UMKM tahu Hafis dan tahu Balap.

2. Wawancara

Wawancara adalah merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui Tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu.⁵⁸ Dalam hal ini peneliti menggunakan wawancara terstruktur, yakni jenis wawancara yang lebih fleksibel dan termasuk dalam kategori wawancara mendalam. Tujuannya untuk

⁵⁶ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis Ekonomi*, (Yogyakarta : Pustaka Baru Press, 2022), 94

⁵⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, 218-219, 227

⁵⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, 218-219, 231

mendeteksi masalah secara lebih terbuka, dengan adanya pihak yang diwawancarai untuk memberikan pendapat dan gagasan mereka.⁵⁹

Wawancara merupakan suatu bentuk instrumen pengumpulan data yang biasanya digunakan oleh peneliti dalam penelitian kualitatif. Namun demikian wawancara biasa juga digunakan sebagai metode pelengkap pada penelitian kuantitatif. Metode pengumpulan data dengan wawancara memerlukan waktu yang cukup lama dibandingkan dengan metode lain seperti angket. Wawancara mendalam yang mengharapkan agar mengungkapkan dunia empirik tentang berbagai hal yang dianggap penting untuk melengkapi informasi yang perlu diketahui.⁶⁰

3. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu salah satu teknik pengumpulan data dengan cara mengambil gambar atau dokumen-dokumen untuk memperoleh data.⁶¹ Dokumentasi merupakan teknik pembangkitan/pengumpulan data yang digunakan untuk mendapatkan data yang dapat memberikan informasi terhadap objek penelitian terutama dokumen yang berkaitan dengan fokus masalah yang diteliti, baik dokumen berupa catatan penting, peraturan perundang-undangan, naskah, foto-foto, manuskrip dan dokumen lain yang dapat menunjang. Atau dengan kata lain, dapat dikatakan bahwa metode dokumentasi digunakan oleh peneliti untuk mencari data mengenai hal-hal

⁵⁹Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D, 218-219, 233.

⁶⁰ Sirajuddin Saleh, *Analisis Data Kualitatif*, (Bandung : Pustaka Ramadhan, 2017), 61.

⁶¹ Yoki Apriyanti dkk, "Kualitas Pelayanan Kesehatan Di Pusat Kesehatan Masyarakat Kembang Seri Kecamatan Talang Empat Kabupaten Bengkulu Tengah" *Jurnal Professional FIS UNIVED*, no.1 Juni (2019), 75.

atau variabel baik berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, dan sebagainya.⁶²

Teknik dokumentasi digunakan adalah dengan maksud untuk melengkapi hasil data yang diperoleh melalui teknik wawancara dan pengamatan yang telah dilakukan sebelumnya. Dokumentasi yang dilakukan pada penelitian ini dengan cara menyimpan berbagai kegiatan dalam penelitian yang berisi proses dan hasil penelitiannya melalui pengambilan gambar, serta dokumentasi.⁶³ Penulis menggunakan metode ini untuk mendapatkan data yang bersifat dokumentatif, sehingga dapat digunakan untuk meningkatkan validitas data yang akan diperoleh secara nyata.

E. Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif dengan model interaktif dari Miles dan Hunberman. Langkah-langkah dalam analisis data terbagi menjadi 4, yaitu: pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

1. Pengumpulan Data

Data yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi dan dokumentasi dicatat dalam catatan lapangan yang terdiri dari dua bagian yaitu deskriptif dan reflektif. Catatan deskriptif adalah catatan alami, (catatan tentang apa yang dilihat, didengar, disaksikan dan dialami sendiri oleh peneliti tanpa adanya pendapat dan penafsiran dari peneliti terhadap fenomena yang dialami. Catatan reflektif adalah catatan yang berisi kesan,

⁶² Sirajuddin Saleh, *Analisis Data Kualitatif*, 68

⁶³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*

komentar, pendapat dan tafsiran peneliti tentang temuan yang dijumpai, dan merupakan bahan rencana pengumpulan data untuk tahap berikutnya.⁶⁴

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan peneliti memperoleh beberapa data, antara lain :

- a. Sejarah UMKM tahu Hafis
- b. Sejarah UMKM tahu Balap
- c. Perbandingan daya saing UMKM tahu Hafis dan tahu Balap
- d. Dampak sertifikasi halal terhadap daya saing UMKM tahu Hafis dan tahu Balap

2. Reduksi Data (*data reduction*)

Dalam melakukan penelitian, semakin lama peneliti berada di lapangan, kumpulan data yang didapatkan akan semakin banyak, kompleks dan rumit. Oleh karena itu, perlu segera dilakukan analisis data dengan menggunakan reduksi data. Mereduksi data berarti merangkumnya, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dan mencari tema serta polanya. Dengan cara ini, data yang direduksi memberikan gambaran yang lebih jelas dan memudahkan peneliti mengumpulkan lebih banyak data. Reduksi data adalah proses berpikir sensitive yang memerlukan kecerdasan, keluasan, dan wawasan tingkat tinggi. Untuk peneliti baru, dapat mendiskusikan reduksi data dengan teman dan orang lain yang dianggap ahli. Melalui diskusi ini, peneliti memperoleh wawasan,

⁶⁴ Sirajuddin Saleh, Analisis Data Kualitatif, Bandung, Pustaka Ramadhan , 2017.

mereduksi data-data yang memiliki nilai temuan, serta mengembangkan teori yang signifikan.

Hasil penelitian dari wawancara yang sudah dilakukan penulis dengan beberapa pihak telah dijabarkan pada paparan data berisi tentang bagaimana perbedaan daya saing UMKM tahu antara sebelum dengan sesudah memperoleh Sertifikasi Halal dan bagaimana implikasi Sertifikasi Halal terhadap UMKM tahu Hafis dan tahu Balap. Data yang lebih singkat, jelas, mudah dipahami, dan mudah disampaikan oleh peneliti berada pada temuan penelitian.

3. Penyajian Data (*data display*)

Untuk penelitian kualitatif, penyajian data dapat berupa uraian singkat, diagram, hubungan antar kategori, flowchart, dan beberapa jenis lainnya. Penyajian data memudahkan untuk memahami apa yang terjadi dan merencanakan pekerjaan lebih lanjut berdasarkan apa yang sudah dipahami. Selain itu, sebaiknya data ditampilkan dalam bentuk grafik, matriks, jaringan kerja, dan chart/grafik selain dengan teks deskriptif. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data yang sering kali digunakan berupa teks yang bersifat naratif, baik disajikan dalam bentuk uraian singkat maupun tabel.

Berikut beberapa data yang dapat peneliti sajikan dalam penelitian ini, yaitu :

- a. Sejarah UMKM tahu Hafis
- b. Sejarah UMKM tahu Balap

- c. Perbedaan daya saing UMKM tahu Bersertifikasi Halal dan tidak pada UMKM tahu Hafis dan tahu Balap
 - d. Dampak perbedaan daya saing UMKM tahu Bersertifikasi Halal dan tidak pada UMKM tahu Hafis dan tahu Balap
4. Penarikan Kesimpulan(*conclusion drawing/verification*)

Langkah terakhir dalam analisis data kualitatif yakni penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan yang disajikan semula masih bersifat sementara dan dapat berubah jika tahap pengumpulan data selanjutnyatidakmenemukan bukti kuat yang mendukungnya. Namun, jika suatu kesimpulan yang dibuat pada tahap awal didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten ketika peneliti kembali ke lapangan untuk mengumpulkan data, maka kesimpulan tersebut merupakan kesimpulan yang dapat dipercaya.

Dalam penelitian kualitatif, Kesimpulan merupakan temuan baru yang belum pernah ada sebelumnya. Temuan ini dapat diperoleh dalam bentuk deskripsi atau gambaran mengenai obyek yang sebelumnya tidak jelas, menjadi jelas setelah diteliti, atau dalam bentuk hubungan sebab akibat atau interaktif, hipotesis atau teori.⁶⁵

Peneliti melakukan pengumpulan data terlebih dahulu sebelum penarikan kesimpulan, dilakukan melalui wawancara dengan bapak Bbaun selaku produsen tahu Hafis, bapak Solehan selaku produsen tahu Balap, 1 karyawan tahu balap yaitu mas Thoyyib, ibu tuhemi, bapak Ali Riski selaku

⁶⁵Zuchari Abdussamad, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Makassar: Syakir Media Press, 2021), 161-162.

konsumen tahu Hafis, bapak Khoirul Anam, ibu Nurul selaku konsumen tahu Balap. Selain itu dilakukan survei lapangan dan dokumentasi untuk mendapatkan data yang dibutuhkan. Data yang sudah didapatkan dipaparkan pada sub bab paparan data, temuan penelitian dan pembahasan. Peneliti melakukan penarikan kesimpulan atau hasil penelitian yang diperoleh, tentang perbandingan daya saing UMKM tahu Bersertifikasi Halal di Desa Kaliwining Bedadung Kulon Kecamatan Rambipuji Kabupaten Jember yang disajikan dalam bentuk narasi.

F. Keabsahan data

Dalam penelitian kualitatif, peneliti memeriksa keabsahan data untuk memastikan keakuratannya. Data yang tidak akurat juga mengarah pada kesimpulan yang salah, dan sebaliknya, data yang valid mengarah pada kesimpulan penelitian yang benar. Sebuah konsep metodologis pada peneliti kualitatif selanjutnya adalah teknik triangulasi. Tujuan triangulasi adalah untuk meningkatkan kekuatan teoritis, metodologis, maupun *interpretative* dari penelitian kualitatif. Triangulasi diartikan juga sebagai kegiatan pengecekan data melalui beragam sumber, teknik, dan waktu.⁶⁶

Penelitian ini menggunakan Teknik Triangulasi Sumber Data, yaitu menggali informasi dari berbagai sumber pengumpulan data untuk menemukan kebenaran dibalik informasi tertentu. Misalnya, peneliti tidak hanya menggunakan sumber data wawancara dari informan saja, namun juga

⁶⁶Arnild Augina Mekarisce, Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Pada Penelitian Di Bidang Kesehatan Masyarakat, *Jurnal Ilmiah Kesehatan Masyarakat*, 2020, 150.

observasi dari informan lain yang meliputi dokumen tertulis, arsip, dokumen sejarah, catatan resmi, tulisan pribadi, dan gambar.⁶⁷

G. Tahap-tahap penelitian

Dalam melakukan sebuah penelitian kualitatif, peneliti perlu mengetahui tahapan yang akan dilalui dalam proses penelitian. Tahapan ini terbagi kedalam tiga bagian, yaitu:

1. Tahap Pra Lapangan

Tahap pra lapangan merupakan tahap yang dilalui oleh seorang peneliti sebelum memasuki lapangan. Tahapan ini diantaranya ialah:

- a. Menyusun rancangan penelitian
 - b. Pemilihan lokasi penelitian
 - c. Mengurus perizinan
 - d. Menilai dan memeriksa keadaan yang ada di lapangan
 - e. Pemilihan dan pemanfaatan informan
 - f. Mempersiapkan perlengkapan-perengkapan penelitian
- #### **2. Tahap Pelaksanaan Penelitian**
- a. Memasuki Lapangan

Pada tahap ini, penulis akan memasuki lapangan untuk melihat, dan memeriksa lokasi yang akan digunakan dalam proses penelitian.

- b. Mengumpulkan Data

⁶⁷Sapto Haryoko, et al, *Analisis Data Penelitian Kualitatif (Konsep, Teknik, & Prosedur Analisis)*, (Makassar: Badan Penerbit UNM, 2020), 410,414.

Dalam tahap pengumpulan data, peneliti akan mencari dan mengumpulkan informasi, baik dalam bentuk rekaman, catatan, atau dokumen, dengan menggunakan peralatan yang sudah disediakan.

3. Tahap pengolahan data
 - a. Proses pemilihan data
 - b. Penyajian data
 - c. Penarikan kesimpulan dan verifikasi
 - d. Kesimpulan akhir.



BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Obyek Penelitian

1. Sejarah UMKM tahu Hafis (Tidak Memiliki Sertifikasi Halal)

UMKM yang dikenal sebagai tahu Hafis berdiri pada tahun 2015. Usaha ini dikelola langsung oleh pak Babun, sementara nama “Hafis” diambil dari nama anaknya. Pada awal merintis usaha, faktor lingkungan sekitar menjadi salah satu alasan utama pak Babun memulai produksi tahu, mengingat banyaknya masyarakat sekitar yang juga memproduksi produk serupa. Namun, perjalanan pak Babun dalam dunia bisnis tidaklah mudah. Sebelumnya, pak Babun adalah seorang perantau dan sempat mencoba memproduksi tempe. Sayangnya, akses pasar yang sulit, terutama karena lokasi penjualan berada di daerah lumajang yang cukup jauh membuat usaha tempe tersebut hanya bertahan sekitar 1 tahun.

Setelah berdiskusi dan bertanya kepada rekan-rekannya, pak Babun memutuskan untuk beralih ke produksi tahu. Pada awalnya pak Babun tidak langsung terlibat dalam proses produksi, melainkan mempekerjakan karyawan untuk membantu memproduksi tahu, sementara pak Babun sendiri berfokus pada pemasaran selama kurang lebih 4 tahun, pak Babun menjalankan pola ini hingga akhirnya memutuskan untuk memproduksi tahu secara mandiri hingga saat ini usaha tahu pak Babun terus berkembang.

2. Sejarah UMKM Tahu Balap (Memiliki Sertifikasi Halal)

UMKM Tahu Balap berdiri sejak pada tahun 2015 yang dikelola langsung oleh bapak Solehan. Usaha keluarga yang awalnya dirintis oleh almarhum kakeknya sekitar tahun 1989 di Desa Kaliwining, Bedadung Kulon. Sebelum memulai ussha, bapak Solehan belajar membuat tahu terlebih dahulu di Surabaya bersama almarhum kakeknya. Lambat laun setelah bisa membuat, akhirnya meneruskan usaha tahu tersebut hingga saat ini. Ketika pertama kali berdiri, produksi tahu hanya sebanyak 6 kg per hari dan dipasarkan di Pasar Rambli. Namun, setelah pasar tersebut mengalami kebakaran, produksi sempat terhenti hingga dimulai kembali sekitar tahun 2015. Kini, produksi tahu mencapai 80-90 kg per hari, yang diolah menjadi 26-28 bak tahu.

3. Tujuan UMKM tahu

- a. Untuk UMKM tahu tidak Bersertifikasi Halal (tahu Hafs)
 1. Untuk menghasilkan produk berkualitas tinggi
 2. Untuk memenuhi kebutuhan konsumen lokal
 3. Untuk bertahan di pasar dengan persaingan pasar yang semakin ketat
- b. Untuk UMKM tahu Bersertifikasi Halal (tahu Balap)
 1. Untuk menjamin kehalalan produk
 2. untuk meningkatkan kepercayaan konsumen
 3. untuk mendapatkan keunggulan kompetitif.

B. Penyajian Data dan Analisis

Penyajian data dan analisis merupakan bagian yang mengungkap data yang dihasilkan dalam penelitian sesuai dengan rumusan masalah dan metode yang digunakan serta menyajikannya secara rinci sesuai dengan fokus penelitian dan analisis data yang relevan. Sebagaimana telah dijelaskan bahwa penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dengan cara observasi, wawancara dan dokumentasi sebagai alat untuk mendukung penelitian ini. Berkenaan dengan hasil penelitian yang dilakukan, maka akan diuraikan data-data yang diperoleh secara berurutan sehingga dapat mengacu pada fokus penelitian sebagai berikut :

1. Perbandingan Daya Saing UMKM Tahu Bersertifikasi Halal dan Tidak Pada UMKM Tahu Hafis dan Tahu Balap

Dalam perbandingan daya saing UMKM tahu ini ada beberapa perbandingan pada daya saing UMKM tahu keduanya dan faktor yang memengaruhi hal tersebut, diantaranya sebagai berikut:

a. Kondisi Faktor

Sebagaimana disampaikan oleh bapak Babun selaku produsen tahu Hafis (Tidak Bersertifikasi Halal) :

“kalau terkait kedelai nya sayamenggunakan kedelai pagoda, karena kalau merek pagoda itu merupakan merek kedelai yang bagus tapi harga nya juga lumayan mahal, soalnya saya mengutamakan kualitas dan rasa nya. Yang mempengaruhi tahu itu gaenak bukan dari kedelainya, tapi dari cara masak tahu nya sampai matang atau tidak. Juga mbak kalau mau tau tahu itu

jelek atau tidak, ga bisa kalau hanya dilihat saja, kalau di cicipi ada rasa pait nya berarti itu jelek mbak.⁶⁸

Sebagaimana disampaikan oleh bapak Solehan selaku produksi tahu Balap (Sudah Bersertifikasi Halal) :

“kalau untuk tahu balap jenis kedelainya menggunakan merek siip, itu mereknya bagus mbak, saya juga memilih bahan-bahan yang berkualitas agar rasa nya enak.kalau untuk memastikan bahan baku itu halal atau tidaknya, saya kalau dari kedelai soalnya dikirim dari tokonya dan yang pasti sudah halal. Proses produksinya juga higienis, seperti menggunakan sarung tangan dan celmek.⁶⁹

Dilanjutkan dengan mas Thoyyib selaku karyawan tahu balap :

“untuk bahan-bahan tahu sendiri itu sebenarnya hanya kedelai, air dan cuka. Untuk proses pembuatan tahu sebelum dengan sesudah adanya Sertifikasi Halal itu sama saja mulai dari kedelai mentah di rendam selama 4-5 jam lalu di giling di rebus dan di saring setelah itu masukkan cuka dan di pres”.⁷⁰

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa, terkait kondisi faktor UMKM tahu Hafis dan tahu Balap dari pemilihan kedelai sama-sama menggunakan kualitas yang baik akan tetapi dari segi merek yang berbeda. Namun untuk tahu Hafis lebih mengutamakan kualitas dan rasa, soal kehalalan dari bahan baku sendiri seperti sudah biasanya dan menganggap semua halal karena ini buatan sendiri dan bukan buatan pabrik yang harus di cek terlebih dahulu. Sedangkan untuk UMKM tahu Balap merka juga mengutamakan kualitas, akan tetapi yang lebih penting itu kehalalan

⁶⁸Babun, diwawancarai oleh Penulis, Jember, 09 Juni 2024

⁶⁹ Solehan, diwawancarai oleh Penulis, Jember 09 Juni 2024

⁷⁰ Thoyyib, diwawancarai oleh Penulis, Jember 15 Desember 2024

bahan baku yang di peroleh. Juga tahu Balap sudah memiliki 1 karyawan untuk membantu produksi nya.

Diperkuat lagi hasil wawancara dengan ibu Tuhemi Selaku konsumen tahu Hafis :

“kalau buat saya pribadi ya mbak, tidak terlalu berpengaruh. Selama tahu ini bersih, enak dan kualitasnya bagus, saya tetap beli. Sertifikasi Halal penting sih, untuk meyakinkan konsumen baru, tapi untuk saya yang sudah sering beli, itu tidak terlalu jadi masalah. Selama kualitasnya bagus dan harganya masuk akal saya tetap beli tahu Hafis. Kadang saya bandingkan harga dengan tahu lain. Kalau tahu lain lebih murah, saya mungkin beli yang itu. Tapi kalau harganya sama atau lebih mahal sedikit, saya tetap pilih yang rasanya lebih enak”.⁷¹

Pernyataan serupa dari Ibu Liyaselaku konsumen tahu Hafis :

“saya juga mbak kadang sempet curiga kenapa kok tahu Hafis ini sampai 3 hari tetep tidak basi, takutnya ada formalin nya, namun setelah saya bertanya langsung pada pak Babun ternyata memang pengolahan dan cara masak nya yang sampai matang. Walaupun belum ada Sertifikat Halal nya tapi soal rasa memang tidak mengecewakan mbak.”⁷²

Berikut adalah hasil wawancara dengan ibu Nurul Selaku konsumen tahu Balap :

“saya suka beli tahu balap ini karena rasanya enak, teksturnya lembut. Apalagi sekarang sudah ada Sertifikasi Halal nya jadi saya yakin kalau tahu ini terjamin. Harganya juga sangat terjangkau ukurannya juga pas tidak terlalu besar atau kecil”.⁷³

Pernyataan serupa dari bapak Ali Riski selaku konsumen tahu Balap :

⁷¹ Tuhemi, diwawancarai oleh Penulis, Jember 15 Desember 2024

⁷² Liya, diwawancarai oleh Penulis, Jember, 09 Juni 2024

⁷³ Nurul, diwawancarai oleh Penulis, Jember, 15 Desember 2024

“untuk pengaruhnya Sertifikasi Halal sebenarnya ngaruh, karena membuat para konsumen itu yakin dan mempunyai jaminan yang aman dan sesuai syariat. Juga kalau saya membeli tahu dilihat dari kualitas tahu nya juga. Kalau tahu balap ini kan sudah lama juga berdirinya jadi saya juga termasuk pelanggan lama, tahu nya juga enak ukurannya besar “.⁷⁴

Kesimpulan yang dapat ditarik dari hasil wawancara tersebut, bahwa sertifikasi Halal memang memberikan nilai tambah sebagai jaminan kehalalan, tetapi belum menjadi faktor penentu daya saing yang signifikan bagi UMKM tahu Hafis. Untuk meningkatkan Daya Saing, fokus utama tetap harus pada menjaga kualitas, mempertahankan kebersihan dan menetapkan harga yang kompetitif di tengah persaingan pasar. Sedangkan kebanyakan dari para konsumen cenderung tidak terlalu peduli tentang ada atau tidak adanya Sertifikasi Halal yang penting dari segi rasa, kualitas dan harga itu masih masuk akal. Berbeda halnya dengan penjualan tahu Balap, Sertifikasi Halal menjadi salah satu faktor penting yang mempengaruhi daya tarik produk tahu ini, meskipun di pasaran tidak ada perbedaan harga atau ukuran yang signifikan dibandingkan dengan produk serupa tanpa Sertifikasi Halal, akan tetapi hal ini terlihat dari peningkatan produksi yang awalnya 6 kg per hari sebelum memiliki Sertifikasi Halal menjadi 80-90 kg per hari, dengan jumlah produksi mencapai 26-28 bak tahu. Pendapatan pun ikut bertambah seiring dengan tingginya permintaan konsumen. Sedangkan untuk daya saing di pasaran tidak hanya dari segi memiliki Sertifikasi Halal atau tidaknya,

⁷⁴ Ali Riski, diwawancarai oleh Penulis, Jember, 15 Desember 2024

akan tetapi dilihat dari segi harga, rasa, tekstur yang paling penting bagi konsumen.

b. Kondisi Permintaan

Sebagaimana di sampaikan oleh pak Babun selaku produsen tahu Hafis :

“kalau saya biasanya memproduksi tahu untuk dijual di pasar ya biasanya menghasilkan sekitar 5-7 bak tahu mbak itu annti saya jualan di pasar sampai habis biasanya, kalau tidak habis biasanya saya jual besok nya namun saya ganti air. Tapi kalau untuk permintaan dari konsumen itu kebanyakan seperti hari-hari besar saja mbak, kalau dihari-hari biasa, yang memproduksi seperti biasanya saja”⁷⁵

Disambung lagi wawancara dengan bapak Solehan selaku produsen tahu Balap :

“untuk produksi tahu biasanya saya memproduksi banyak mbak, karena di pasar itu permintaan nya juga lumayan banyak biasanya ada konsumen yang pesan 2-3 bak tahu, namun kadang ada juga yang sampai ngutang dibyar nya nanti tapi ujung-ujungnya gak di bayar juga itu pun juga ngaruh ke pendapatan nya juga mbak”⁷⁶

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa UMKM tahu Hafis untuk permintaan di pasar hanya berjualan seperti biasanya, permintaan meningkat hanya ketika ada hari-hari besar seperti idul fitri dan idul adha. Sedangkan untuk UMKM tahu Balap permintaan nya sangat meningkat tidak hanya hari-hari besar saja, biasanya permintaan bisa 2-3 bak tahu per orangnya, dikarenakan UMKM tahu Balap sudah

⁷⁵Babun. Diwawancarai oleh Penulis, Jember 15 Desember 2024

⁷⁶ Solehan, diwawancarai oleh Penulis, Jember 15 Desember 2024

memiliki Sertifikat Halal dan juga rasa dari tahu nya enak maka dari itu konsumen juga banyak yang membeli.

Diperkuat lagi hasil wawancara dengan ibu Tuhemi, selaku konsumen tahu Hafis :

“biasanya mbak, saya kalau beli tahu Hafis ya Cuma untuk makan sehari-hari mbak, soalnya kan dekat rumah juga. Kalau untuk rasa, menurut saya enak saja seperti tahu biasanya. Harga nya juga murah”.⁷⁷

Pernyataan serupa dari ibu Liya selaku konsumen tahu Hafis :

“sebenarnya tahu Hafis ini menurut saya mbak enak-enak saja, tapi lebih bagus kalau sudah ada Sertifikat Halal nya, karena bisa terjamin, dan merasa aman aja kalau makan makanan yang sudah ada label halal nya. Tapi kalau soal rasa, harga, kualitas menurut saya enak mbak”.⁷⁸

Kesimpulan yang dapat ditarik dari hasil wawancara dengan konsumen tahu Hafis tersebut, bahwa tahu Hafis ini sebenarnya banyak peminatnya di kalangan pasar nya karena rasanya yang enak dan harga yang terjangkau. Konsumen merasa puas dengan kualitas tahu Hafis, akan tetapi sebagian dari konsumen tahu Hafis menekankan pentingnya Sertifikasi Halal sebagai jaminan keamanan dan kehalalan produk. Oleh karena itu Sertifikat Halal akan meningkatkan kepercayaan dan memperluas daya tarik dikalangan pasar nya.

Berikut adalah hasil wawancara dengan ibu Nurul selaku konsumen tahu Balap :

⁷⁷Tuhemi, diwawancarai oleh penulis, Jember 15 Desember 2024.

⁷⁸Liya, diwawancarai oleh penulis, Jember 15 Desember 2024.

“saya suka beli tahu Balap ini karena rasanya enak, teksturnya lembut. Apalagi sekarang sudah ada Sertifikat Halal nya jadi saya yakin kalau tahu ini terjamin. Harga nya juga sangat terjangkau, ukurannya juga pas tidak terlalu besar atau kecil”.⁷⁹

Pernyataan serupa dari bapak Khoirul Anam selaku knsumen tahu Balap :

“kalau saya mbak membeli tahu ini yang pertama saya lihat ya dari kualitas, bau nya juga biasanya ada yang bau nya sudah ga enak gitu mbak, tapi kalau untuk tahu Balap saya juga sudah sering beli dan sejauh ini enak-enak saja menurut saya. Dan sebenarnya ada tidak adanya Sertifikat Halal sama saja mbak, Cuma kan terkadang kalau pembeli itu lebih memilih makanan yang aman seperti ada Sertifikat Halal nya”.⁸⁰

Kesimpulan yang dapat ditarik dari hasil wawancara dengan konsumen tahu Balap tersebut, bahwa konsumen tahu Balap merasa lebih yakin karena sudah da Sertifikat Halal nya yang membuat mereka semakin percaya terhadap kualitas dan kemanannya. Meskipun ada yang berpendapat bahwa Sertifikat Halal tidak terlalu berpengaruh terhadap rasa dan kualitas tahu, banyak juga para konsumen tahu Balap yang tetap memilih membeli tahu ini dengan jaminan halal untuk memastikan keamanannya. Hal ini menunjukkan bahwa Sertifikat Halal bisa menjadi nilai tambah yang penting bagi produk makanan di pasaran.

⁷⁹ Nurul, diwawancarai oleh penulis, Jember 15 Desember 2024

⁸⁰ Khoirul Anam, diwawancarai oleh penulis, Jember 15 Desember 2024.

c. Faktor Yang Mempengaruhi Daya Saing UMKM Tahu Bersertifikasi Halal

Berikut adalah faktor yang mempengaruhi daya saing UMKM tahu Bertifikasi Halal pada UMKM tahu Hafis dan tahu Balap.

1. Keunggulan produk

Sebagaimana di sampaikan oleh pak Babun selaku produsen tahu Hafis :

“ untuk keunggulan produk tahu Hafis sendiri itu mbk, hanya terletak di rasa dan kualitas tahu nya. Karena kualitas dan rasa itu menurut saya faktor utama untuk menarik konsumen, kalau rasa nya ga enak pasti nya kan konsumen komplain. Untuk Sertifikasi Halal di pasar tempat saya jualan itu bukan hal yang utama bagi pembeli. Mungkin karena tahu sudah dianggap sebagai makanan yang pasti halal, jadi mereka tidak terlalu peduli soal itu, yang penting buat mereka adalah tahunya murah dan berkualitas. Jadi intinya daya saing tahu ini menurut saya lebih ke harga yang pas, kualitas yang baik, dan bagaimana kita melayani konsumen dengan baik”.⁸¹

Diperkuat lagi hasil wawancara dengan Ibu LiyaSelaku konsumen tahu Hafis :

“saya sebagai konsumen, biasanya yang jadi pertimbangan utama itu harga sama kualitas tahu nya. Kalau harganya pas di kantong dan kualitas nya bagus pasti saya beli yang penting teksturnya lembut dan ga gampang basi. Itu yang paling saya cari. Soal Sertifikasi Halal, sebenarnya juga penting demi menjamin kehalalan produk dan memberikan rasa nyaman juga aman bagi para konsumen, tapi tahu kan sudah dari dulu dianggap makanan yang halal, jadi saya percaya saja. Jadi buat saya daya saing tahu Hafis ini lebih ke harga yang terjangkau karena dari dulu hingga saat ini kalau dari harga tidak ada perubahan dan kualitas nya juga terjamin”.⁸²

⁸¹ Babun, diwawancarai oleh Penulis, Jember 25 November 2024

⁸² Liya, diwawancarai oleh Penulis, Jember 13 Desember 2024

Pernyataan serupa dari ibu Tuhemi selaku konsumen tahu

Hafis :

“menurut saya ya mba, kalau beli tahu itu yang paling penting harganya sesuai dan kualitasnya bagus. Kalau tahunya murah tapi rasanya nggak enak atau cepat basi, itu kurang layak untuk dibeli. Untuk Sertifikasi Halal saya pribadi nggak terlalu perhatikan soalnya tahu itu kan dari kedelai jadi saya sudah anggap halal. Yang penting tahunya bersih, segar dan nggak pakai bahan yang aneh-aneh”⁸³.

Dari pernyataan di atas menunjukkan bahwa keunggulan produk tahu Hafis ditentukan oleh faktor harga, kualitas dan pelayanan. Harga yang terjangkau menjadi pertimbangan utama bagi konsumen dalam memilih produk, juga dengan kualitas tahu yang baik seperti rasa yang enak, tekstus yang lembut dan daya tahan agar tidak mudah basi. Sementara itu, Sertifikasi Halal tidak menjadi prioritas utama bagi sebagian besar konsumen, karena tahu sudah secara umum dianggap sebagai makanan yang halal. Namun, Sertifikasi Halal tersebut tetap memiliki nilai penting dalam menjamin keamanan dan kenyamanan konsumen.

Disampaikan juga oleh bapak Solehan selaku produsen

UMKM tahu Balap sebagai berikut :

“kalau untuk tahu Balap mbk, keunggulan produk tahunya itu dilihat dari karena memiliki Sertifikasi Halalnya si mbk, karena kan Sertifikasi Halal itu juga penting selain menjamin keamanan juga bisa meningkatkan penjualan. Selain Sertifikasi Halal saya juga konsisten pada kualitas tahunya, tidak menurunkan ataupun menaikkan harga itu

⁸³ Tuhemi, diwawancarai oleh Penulis, Jember 13 Desember 2024

juga termasuk yang saya utamakan, karena banyak kejaiian juga di pasar, kalau kedelai naik, harga tahu juga naik”.⁸⁴

Diperkuat lagi hasil wawancara dengan bapak Khoirul

Anam Selaku konsumen tahu Balap :

“saya rasa Sertifikasi Halal itu sangat penting, karena saya merasa aman kalau makan makanan yang sudah jelas kehalalannya, apalagi tahu makanan sehari-hari. Jelas bagi saya itu yang penting, juga kualitas tahu nya.”⁸⁵

Pernyataan serupa dari ibu Nurul selaku konsumen tahu

Balap :

“kalau saya ya mba, lebih percaya sama produk yang udah ada Sertifikasi Halal nya. Rasanya lebih tenang karena sudah terjamin aman dan sesuai syariat. Kalau tahu ini, meskipun harganya nggak yang paling murah, tapi rasanya enak dan ukurannya pas. Halal itu penting, tapi rasa dan kualitas juga harus di jaga. Juga kalau pemerintah lebih aktif mendukung, seperti subsidi atau pendampingan, UMKM seperti tahu pasti lebih banyak yang bisa bersaing di pasar yang sekarang makin kompetitif”.⁸⁶

Dari wawancara tahu Balap diatas menunjukkan bahwa keunggulan produk tahu Balap terletak di kepemilikannya mengenai Sertifikasi Halal. Selain Sertifikasi Halal juga menjaga kualitas tahu nya agar rasa nya tetap enak. Untuk konsumen lebih mementingkan pada produk yang sudah jelas kehalalannya, karena merasa aman dan tidak diragukan lagi.

2. Sumber Daya Manusia

Sebagaimana di sampaikan oleh Bapak Babun selaku produsen tahu Hafis :

⁸⁴ Solehan, diwawancarai oleh Penulis, Jember 13 Desember 2024

⁸⁵ Nurul, diwawancarai oleh Penulis, Jember, 15 Desember 2024

⁸⁶ Khoirul Anam, diwawancarai oleh Penulis, Jember 15 Desember 2024

“Begini mbk, saya bukannya gamau punya karyawan, tapi untuk makan sehari-hari aja masih ngumpulin, kok mau gaji karyawan, jadi ya untuk memproduksi tahu cuma saya, ibu, sama anak saya aja, untuk karyawan masih belum ada”.⁸⁷

Hal ini juga disampaikan oleh Bapak Solehan selaku produsen tahu Balap :

“kalau untuk tahu Balap ini mbk, kan awalnya ga mempekerjakan orang, karena masih awal-awal itu hanya memproduksi sedikit, namun setelah lambat laun dan akhirnya permintaan sudah lumayan banyak, akhirnya saya nyari karyawan itupun hanya satu, jadi yang kerja saya, karyawan saya, bapak saya dan itupun gantian, kadang saya yang jualan ke pasar, bapak dan karyawan yang memproduksi, kalau ga make karyawan capek mbk, soalnya memproduksi juga lumayan banyak”.⁸⁸

Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa, strategi pengelolaan tenaga kerja atau Sumber Daya Manusia pada UMKM tahu Hafis dan tahu Balap berbeda sesuai dengan kondisi usaha masing-masing. UMKM tahu Hafis masih mengandalkan tenaga kerja keluarga, tanpa mempekerjakan karyawan karena keterbatasan finansial. Sedangkan UMKM tahu Balap awalnya juga tanpa karyawan, tetapi seiring dengan meningkatnya permintaan, akhirnya mempekerjakan satu karyawan untuk membantu dalam proses produksi.

Kesimpulan dari hasil wawancara diatas adalah faktoryang mempengaruhi daya saing UMKM tahu Bersertifikasi Halal untuk UMKM tahu Hafis dan tahu Balapadalah ditentukan olehkeunggulan

⁸⁷ Babun, diwawancarai oleh Penulis, Jember 25 November 2024

⁸⁸ Solehan, diwawancarai oleh Penulis, Jember 25 November 2024

produk dan sumber daya manusia. Dimana keunggulan produk pada tahu Hafis terletak pada faktor harga, kualitas dan pelayanan. Sedangkan untuk UMKM tahu balap terletak pada kepemilikannya mengenai Sertifikasi Halal dan menjaga kualitas tahu agar tetap konsisten. Untuk sumber daya manusia UMKM tahu hafis tidak mempekerjakan karyawan dikarenakan keterbatasan finansial yang dialaminya, pak Babun hanya mengandalkan keluarganya untuk memproduksi tahunya. Berbeda lagi dengan UMKM tahu Balap, yang awalnya juga tanpa karyawan, tetapi seiring dengan meningkatnya permintaan, akhirnya mempekerjakan satu karyawan untuk membantu dalam proses produksi.

2. Dampak Sertifikasi Halal Terhadap Daya Saing UMKM TahuHafis Dan Tahu Balap

Dalam dampak Sertifikasi Halal terhadap daya saing UMKM tahu Hafis dan tahu Balap ada beberapadampak pada UMKM tahu keduanya, diantaranya sebagai berikut :

1. Peningkatan Penjualan

Sebagaimana di sampaikan oleh pak Babun selaku produsen tahu

Hafis :

“Kalau untuk dampak daya saing tahu di pasaran itu tidak terlalu signifikan perbedaannya dengan tahu yang lain yang sudah bersertifikasi halal, hal itu dikarenakan konsumen biasanya tidak terlalu memperhatikan Sertifikasi Halal, mereka lebih fokus pada harga tahu yang sesuai dengan kemampuan mereka, sehingga konsumen tahu saya asal harganya terjangkau biasanya lebih suka membeli tahu saya tersebut, sehingga tidak terlalu berdampak terhadap usaha tahu yang saya jalani selama ini. Mungkin karena

tahu sudah dianggap sebagai makanan yang pasti halal, jadi mereka tidak terlalu peduli soal itu, yang penting buat mereka adalah tahunya murah dan berkualitas. Akan tetapi, ada beberapa yang perlu saya akui terkait dengan jumlah produksi tahu saya yang tidak terlalu banyak setiap hari”.⁸⁹

Disambung dengan wawancara dengan bapak Solehan selaku produsen UMKM tahu Balap (sudah Bersertifikasi Halal) :

“Kalau untuk dampak daya saing pada usaha tahu saya ini, antara sebelum dan sesudah memiliki Sertifikasi Halal, itu sangat signifikan sekali. Saya merasa Sertifikat Halal yang saya miliki saat ini sangat bermanfaat sekali sebagai ajang penawaran khusus untuk pelanggan yang menginginkan kualitas tahu yang benar-benar terjamin kehalalannya. Sehingga mereka tidak perlu ragu untuk bahan, proses pembuatan dan cara menyajikan tahu ke hadapan para pelanggan kami, sudah pasti melalui beberapa proses yang sudah terbukti kehalalannya, dari mulai media air cucian kedelai sampai wadah wadah yang kami pakai selama proses pembuatan tahu pun juga terjamin kebersihan dan kehalalannya. Konsumen kami tidak ada yang ragu atau bahkan sampai menurunkan omzet penjualan kami selama memproduksi tahu ini, karena Sertifikasi halal membuat konsumen lebih yakin dengan produk kami. Banyak konsumen yang sebelumnya ragu, kini menjadi pelanggan tetap karena merasa produk kami lebih aman. Selain itu, jumlah produksi tahu saya meningkat dengan sangat signifikan sekali seperti yang sudah saya paparkan sebelumnya”.⁹⁰

Diperkuat lagi hasil wawancara dengan Ibu Liya selaku konsumen tahu Hafis :

“saya sebagai konsumen melihat produk dari tahu Hafis ini tahunya enak, meskipun belum memiliki sertifikasi halal, mungkin beberapa orang sama seperti saya yang kurang terlalu peduli dengan adanya sertifikasi halal atau tidak pada makanan yang sudah terlihat halal, kecuali kalau makanan itu olahan pabrik-pabrik besar, ya mungkin saja banyak yang masih meragukan halal atau tidaknya”.⁹¹

Pernyataan serupa dari ibu Tuhemi selaku konsumen tahu Hafis :

⁸⁹ Babun, diwawancarai oleh Penulis, Jember, 05 Januari 2025

⁹⁰ Solehan, diwawancarai oleh Penulis, Jember 05 Januari 2025

⁹¹ Liya, diwawancarai oleh Penulis, Jember 23 Januari 2025

“menurut saya mbak, untuk tahu yang secara otomatis sudah diyakini kehalalannya, dan juga tahu Hafis ini enak rasanya dan juga kualitas tahunya bagus. Bagi saya itu sudah cukup sebagai tolak ukur dalam membeli tahu, soalnya kan tahu itu makanan desa buatan masyarakat sendiri bukan olahan pabrik yang masih perlu uji BPOM dan kehalalannya mbak”.⁹²

Dilanjutkan dengan hasil wawancara dengan bapak Ali Riski

Selaku konsumen tahu Balap :

“kalau menurut saya ya mbak, UMKM untuk tahu Balap ini sangat bagus sekali setelah mereka memiliki sertifikasi halal, terbukti mereka bisa menjual tahu dalam jumlah yang banyak dan dapat meningkatkan minat konsumen dengan menawarkan nilai tambah selain kualitas tahu yang bagus juga produk tahunya sudah terjamin kehalalannya”.⁹³

Pernyataan serupa dari ibu Nurul selaku konsumen tahu Balap :

“kalau saya mbak, untuk membeli tahu Balap ini sangat yakin sekali pada kualitas serta sudah terjamin kehalalannya, selain itu saya juga melihat kalau konsumen tahu Balap semakin meningkat setelah mereka memiliki Sertifikasi Halal, tahunya juga enak, kualitas bagus dan pelanggan setia mereka juga tidak perlu khawatir untuk membeli tahu yang mereka jual tersebut”.⁹⁴

Kesimpulan dari hasil wawancara tersebut adalah dampak daya saing UMKM tahu Bertifikasi Halal dan tidak adalah untuk produksi tahu yang dimiliki tahu Hafis lebih sedikit jumlahnya daripada tahu Balap, selain itu, peningkatan jumlah produksi tahu Balap yang meningkat pesat antara sebelum dan sesudah memiliki sertifikasi halal. Produsen Tahu Balap juga memaparkan bahwa pentingnya Sertifikasi Halal untuk memberikan rasa aman dan kepercayaan konsumen akan kehalalan bahan baku dan proses pembuatan tahu, karena konsumen

⁹² Tuhemi, diwawancarai oleh Penulis, Jember 23 Januari 2025

⁹³ Ali Riski, diwawancarai oleh Penulis, Jember 23 Januari 2025

⁹⁴ Nurul, diwawancarai oleh Penulis, Jember 23 Januari 2025.

lebih menyukai produk yang sudah terjamin kualitas dan kehalalannya dibandingkan yang tidak.

2. Peningkatan Pendapatan

Sebagaimana di sampaikan oleh Bapak Babun selaku produsen tahu Hafis :

“kalau untuk pendapatan setiap harinya tidak pasti mbak, karena saya per hari nya memproduksi 14 bak sekitar 7-8 Kg. Namun yang pasti bisa mendapatkan sekitar Rp. 400.000 – Rp. 500.000 ribu rupiah dan itupun laba kotornya, belum lagi kalau ketika pasar anjlok atau kedelai lagi naik, jadi pendapatan bisa menurun secara drastis bisa sekitar Rp. 300.000”.⁹⁵

Diperkuat lagi dengan wawancara oleh Bapak Solehan selaku produsen tahu Hafis:

“tahu Balap ini kan berdirinya sudah lumayan lama mbak, jadi kalau di perkirakan keuntungan dalam sehari nya itu mencapai Rp. 1.000.000 – Rp. 1.500.000. itupun kalau terjual semua, kalau masih ada sisah perkiraan sekitar di bawah satu jutaan itu mbak”.⁹⁶

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa pendapatan harian UMKM tahu Hafis tidak menentu karena dipengaruhi harga kedelai dan kondisi di pasar. Dalam produksinya dari 14 bak tahu menjadi 7-8 Kg, itu mendapatkan pendapatan berkisar Rp. 400.000 – Rp. 500.000. Sedangkan untuk UMKM tahu Balap yang sudah lebih lama beroperasi memiliki potensi keuntungan harian yang lebih tinggi mencapai Rp. 1.000.000 – Rp. 1.500.000 jika seluruh tahu nya terjual.

⁹⁵ Babun, diwawancarai oleh penulis, Jember 23 Januari 2025

⁹⁶ Solehan, diwawancarai oleh penulis, Jember 23 Januari 2025

Namun jika tidak terjual semua masih ada sisa, keuntungannya bisa di bawah Rp.1.000.000 .

3. Mendapatkan kepercayaan pembeli dalam keputusan pembelian produk

Sebagaimana disampaikan oleh bapak Babun selaku produsen tahu Hafis :

“untuk mendapatkan kepercayaan konsumen, saya biasanya mbak berusaha menjaga kualitas tahu nya mulai dari pemilihan kedelai yang bagus, proses produksi yang steril, hingga memastikan tahu selalu segar kalau mau dijual. Ya walaupun tahu nya saya belum memiliki Sertifikat Halal, tapi saya selalu berusaha menjaga semua itu demi mendapat kepercayaan konsumen saya”.⁹⁷

Dilanjutkan wawancara dengan bapak Solehan selaku produsen tahu Balap :

“kalau menurut saya mbak, saya selalu berusaha menjaga kualitas dan kebersihan dalam setiap proses produksi. Salah satu nya untuk mendapatkan kepercayaan konsumen itu dengan memastikan tahu yang dibuat itu sudah jelas kehalalannya. Sertifikasi ini penting karena banyak pelanggan yang lebih yakin dan merasa aman ketika membeli tahu ini, selain itu saya juga menggunakan bahan baku yang berkualitas dan mengikuti standar kebersihan dalam produksi”.⁹⁸

Diperkuat wawancara dengan ibu Liya selaku konsumen tahu Hafis :

“saya sebagai konsumen melihat produk dari tahu Hafis ini tahunya enak, meskipun belum memiliki Sertifikat Halal, mungkin bebrapa orang sama seperti saya yang kurang terlalu peduli dengan adanya Sertifikat Halal atau tidak pada makanan yang sudah terlihat halal, kecuali kalau makanan itu olahan pabrik-pabrik besar, ya mungkin saja banyak yang masih meragukan halal atau tidaknya”.⁹⁹

⁹⁷ Babun, diwawancarai oleh penulis, Jember 23 Januari 2025

⁹⁸ Solehan, diwawancarai oleh penulis, Jember 23 Januari 2025

⁹⁹ Liya, diwawancarai oleh pebulis, Jember 23 Janyari 2025

Pernyataan serupa dari ibu Tuhemi selaku konsumen tahu Hafis :

“menurut saya ya mbak, untuk tahu yang secara otomatis sudah diyakini kehalalannya, dan juga tahu Hafis ini enak rasanya, kualitas tahu nya bagus. Bagi saya itu sudah cukup sebagai standar dalam membeli tahu, soalnya kan tahu itu makanan desa buatan masyarakat sendiri mbak”.¹⁰⁰

Dilanjutkan dengan hasil wawancara dengan bapak Ali Riski selaku konsumen tahu Balap :

“kalau saya mbak, untuk membeli tahu Balap ini sangat yakin sekali pada kualitas serta sudah terjamin kehalalannya, selain itu saya juga melihat kalau konsumen tahu Balap semakin meningkat setelah mereka memiliki Sertifikat Halal, tahu nya juga enak, kualitas bagus dan pelanggan setia mereka juga tidak perlu khawatir untuk membeli tahu yang mereka jual”.¹⁰¹

Pernyataan serupa dari ibu Nurul selaku konsumen tahu Balap :

“saya sudah sering mbk kalau beli tahu Balap ini, karena rasanya enak juga bertahan selama 3 hari an kurang lebih, selain itu saya juga yakin karena sudah ada Sertifikat Halal nya. Harga nya juga masih terjangkau dan cocok untuk konsumsi sehari-hari”.¹⁰²

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa tahu Hafis berusaha menjaga kepercayaan konsumen dengan menjaga kualitas tahu nya, mulai dari pemilihan kedelai yang bagus, proses produksi yang steril, hingga memastikan tahu selalu segar saat akan dijual. Meskipun tahu Hafis belum memiliki Sertifikat Halal, produsen tetap berkomitmen untuk menjaga kualitas dan kebersihan produknya. Sedangkan dari sisi konsumen tahu Hafis, sebagian besar menilai bahwa tahu Hafis memiliki rasa yang enak dan tetap mempercayai kehalalannya karena tahu secara umum dianggap sebagai makanan

¹⁰⁰ Tuhemi, diwawancarai oleh penulis, Jember 23 Januari 2025

¹⁰¹ Ali Riski, diwawancarai oleh penulis, Jember 23 Januari 2025

¹⁰² Nurul, diwawancarai oleh penulis, Jember 23 Januari 2025

halal. Namun, ada juga yang berpendapat bahwa Sertifikat Halal lebih penting untuk produk olahan dari pabrik besar, dimana kejelasan proses produksinya bisa diragukan. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun kehalalan menjadi faktor penting kepercayaan terhadap kualitas dan cita rasa tetap menjadi pertimbangan utama bagi konsumen tahu Hafis.

Kesimpulan hasil wawancara dengan bapak Solehan selaku produsen tahu Balap, bahwa bapak Solehan sangat menjaga kualitas dan kebersihan dalam setiap proses produksinya. Salah satu upaya utamanya dalam mendapatkan kepercayaan konsumen adalah dengan memastikan kehalalan produknya, termasuk dengan memiliki Sertifikat Halal. Sertifikasi ini penting karena memberikan rasa aman dan keyakinan lebih bagi konsumen dalam memilih produknya. Selain itu, bapak Solehan juga menggunakan bahan baku berkualitas dan mengikuti standar kebersihan dalam produksi, sehingga dapat menjaga kualitas tahu yang dihasilkan. Sedangkan dari sisi konsumen, mereka sangat yakin dengan kualitas dan kehalalan produk tersebut, terutama karena tahu balap sudah memiliki Sertifikat Halal. Konsumen menilai bahwa kehadiran Sertifikat Halal ini membuat mereka merasa lebih aman dan percaya dalam membeli tahu balap.

C. Pembahasan Temuan

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah terkumpul, pada bab pembahasan ini akan menyajikan beberapa penjelasan terkait dengan hasil penelitian dan teori-teori yang telah dibahas pada bab sebelumnya. Kemudian

data yang diperoleh akan diidentifikasi agar sesuai dengan tujuan yang diharapkan. Data yang disajikan merupakan gagasan peneliti, keterkaitan antara kategori-kategori dan dimensi-dimensi, posisi temuan dengan temuan-temuan sebelumnya, serta penafsiran dan penjelasan dari temuan yang diungkap dari hasil wawancara, observasi dan dokumentasi.¹⁰³ Pembahasan temuan ini akan dijelaskan berdasarkan dengan rumusan masalah yang kemudian akan disesuaikan dengan kondisi lapangan mengenai “Perbandingan Daya Saing UMKM tahu Bersertifikasi Halal di Desa Kaliwining Bedadung Kulon Kecamatan Rambipuji Kabupaten Jember”.

1. Perbandingan Daya Saing UMKM tahu Bersertifikasi Halal dan Tidak Pada UMKM Tahu Hafis dan Tahu Balap

Berdasarkan hasil wawancara dan pengamatan penelitian yang dilakukan oleh peneliti tentang perbandingan daya saing UMKM tahu Bersertifikasi Halal di Desa Kaliwining Bedadung Kulon. Terdapat dua daya saing yang digunakan oleh UMKM tahu Hafis dan tahu Balap. Yang pertama terkait kondisi faktor, dan yang kedua kondisi permintaan.

a. Kondisi Fktor

Dalam kondisi faktor dari UMKM tahu Hafis dan tahu Balap sama-sama menggunakan kedelai berkualitas baik meskipun mereknya berbeda. Namun, ada beberapa perbedaan dalam cara mereka memandang kualitas dan kehalalan produk. Tahu Hafis lebih fokus pada kualitas rasa dan percaya bahwa bahan baku yang digunakan

¹⁰³ Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah* (Jember, IAIN Jember Press, 2020), 9 4

sudah halal karena diproduksi sendiri, sehingga tidak merasa perlu melakukan pengecekan lebih lanjut. Mereka yakin bahwa semua bahan yang digunakan aman dan sesuai dengan standar yang mereka tetapkan sendiri. Sementara itu, Tahu Balap juga menekankan kualitas, tetapi lebih memperhatikan aspek kehalalan bahan bakunya. Mereka memastikan bahwa semua bahan yang digunakan benar-benar halal dan layak konsumsi. Selain itu, berbeda dengan Tahu Hafis yang masih dikelola sendiri, Tahu Balap sudah memiliki satu karyawan untuk membantu proses produksi, yang menandakan adanya sedikit perkembangan dalam operasional usahanya.

Secara keseluruhan, kedua UMKM ini memiliki kesamaan dalam pemilihan bahan baku berkualitas, tetapi memiliki perbedaan dalam prioritas utamanya. Tahu Hafis lebih menonjolkan cita rasa dan kualitas tanpa terlalu memikirkan Sertifikasi Halal karena sudah yakin dengan bahan bakunya, sedangkan Tahu Balap lebih mengutamakan kehalalan bahan baku dan sudah memiliki karyawan untuk mendukung proses produksi.

Pada penjelasan pembahasan ini diperkuat oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan pada tahun 2021 oleh Yoga Pradana, Skripsi yang berjudul “Analisis Perbandingan Pendapatan UMKM Kecamatan Ujung Batu dan Kecamatan Rambah di Kabupaten Rokan Hulu” yang mana perbedaan pendapatan antara UMKM Kecamatan

Ujung Batu dan Kecamatan Rambah , dari segi modal usaha, laba dan biaya penyaluran tidak terdapat perbedaan yang signifikan.¹⁰⁴

b. Kondisi Permintaan

Menurut hasil wawancara dan pengamatan penelitian dengan produsen tahu Hafis dimana UMKM tahu Hafis untuk menjual tahu sehari-hari nya hanya memproduksi tahu sekitar 7-8 Kg dan itupun terkadang tidak laku habis semuanya, ketika ada sisa maka di jual untuk jualan kebesikan harinya namun diganti air. Sedangkan untuk permintaan hanya ketika hari-hari besar saja yang meningkat untuk hari biasanya tidak ada peningkatan permintaan. Akan tetapi berbeda dengan UMKM tahu Balap, mereka berjualan tahu di pasar seperti biasanya, namun terkadang ada konsumen yang pesan tahu 2-3 bak per-orang nya. Itu termasuk permintaan yang banyak akan tetapi ada minus nya juga, terkadang konsumen pasar tidak langsung membayarnya, jadi bayar di keesokannya kadang itupun ada yang sampai tidak bayar, jadi membuat pendapatan juga tidak stabil.

Penjelasan pembahasan ini diperkuat oleh Nur Azifah, Paranita Asnur, Mufid Suryani, et al tahun 2024, Jurnal yang berjudul “Program Penyuluhan Dan Pendampingan Sertifikat Halal Dalam Upaya Peningkatan Daya Saing UMKM”, dapat disimpulkan bahwa Sertifikat Halal berpengaruh terhadap daya saing karena Sertifikat Halal membuat pelaku usaha memiliki legalitas dalam memproduksi dan

¹⁰⁴Yoga Pradana, “Analisis Perbandingan Pendapatan UMKM Kecamatan Ujung Batu dan Kecamatan Rambah di Kabupaten Rokan Hulu” Skripsi Universitas Riau Pekanbaru, 2020.

mengklaim kehalalan produknya, mulai dari tahapan produksi, alat dan bahan yang digunakan hingga kehalalan tempat usaha. Sehingga masyarakat yang sangat konsern terhadap informasi mengenai kehalalan produk pangan yang akan dikonsumsi merasa tenang dan merasa terjamin.¹⁰⁵

2. DampakSertifikasi HalalTerhadap Daya Saing UMKM Tahu

Hafis Dan Tahu Balap

Berdasarkan hasil wawancara dan pengamatan penelitian faktor yang mempengaruhi daya saing UMKM tahu Bersertifikasi Halal terdapat beberapa poin penting yang dapat diuraikan terkait dampak Sertifikasi Halal terhadap daya saing UMKM tahu Hafis dan tahu Balap. Sebagaimana yang dijelaskan dalam Jurnal Aini Tsalsa Maulidhinah, et al tahun 2024, Jurnal yang berjudul “Sertifikasi makanan halal untuk meningkatkan daya saing UMKM di desa Paciran”, dapat disimpulkan poin-poin ini mencakup 3 aspek utama : *pertama*, peningkatan penjualan *Kedua*, peningkatan pendapatan *ketiga*,mendapatkan kepercayaan pembeli dalam keputusan pembelian produk¹⁰⁶.

Sertifikasi Halal menjadi salah satu faktor penting yang mempengaruhi daya saing UMKM. Konsumen muslim cenderung lebih percaya terhadap produk yang telah memiliki Sertifikasi Halal. Hal ini karena Sertifikasi Halal tidak hanya menjamin kepatuhan produk terhadap

¹⁰⁵ Nur Azifah, Paranita Asnur, Mufid Suryani, et al, Program Penyuluhan Dan Pendampingan Sertifikat Halal Dalam Upaya Peningkatan Daya Saing UMKM, Jurnal Pengabdian Masyarakat Sapangambe Manoktok Hitei, Vol. 4 No. 1 2024.

¹⁰⁶Aini Tsalsa Maulidhinah et al, 91-94

syariat islam tetapi juga memastikan keamanan dan kebersihan produk. Menurut hasil wawancara dan pengamatan penelitian dengan produsen tahu Balap, mereka menyebutkan bahwa setelah mendapatkan Sertifikasi Halal jumlah konsumen meningkat secara signifikan, terutama dari kalangan muslim yang sangat peduli terhadap aspek kehalalan produk. Sedangkan bagi UMKM tahu Hafis yang belum memiliki Sertifikat Halal mereka hanya berpacu kepada banyaknya permintaan serta adanya event hari-hari besar, diluar itu menyesuaikan permintaan konsumen saja. Berdasarkan hasil wawancara dan pengamatan penelitian dampak Sertifikasi Halal terhadap daya saing UMKM tahu Hafis dan tahu Balap terdapat 3 point sebagai berikut :

a. Peningkatan Penjualan

Memberikan rasa aman pada konsumen bahwa produk yang ditawarkan benar benar diproduksi dengan bahan dan tata cara yang halal. Hal ini dibuktikan dengan adanya Sertifikasi halal sebagai bukti nyata bahwa proses produksi tahu tersebut telah diuji dan terbukti kehalalannya. Setelah mendapatkan sertifikasi halal, UMKM ini melihat peningkatan kepercayaan dari konsumen, terutama dari konsumen Muslim.

Menurut hasil wawancara dan pengamatan penelitian dengan produsentahu Balap, mereka menyebutkan bahwa setelah mendapatkan Sertifikasi Halal, keraguan beberapa pihak terhadap proses dan bahan baku produksi tahunya dapat dihilangkan, sehingga mereka menjadi

pelanggan tetap tahu Balap dan juga produksinya lebih banyak dikarenakan banyaknya permintaan kosnumen di pasar. Sedangkan bagi UMKM tahu Hafis yang belum memiliki Sertifikasi Halal mereka hanya mengandalkan konsumen yang tidak memerdulikan tahu itu halal atau tidak karena mereka menganggap semua tahu itu sama saja asalkan kualitasnya bagus dan harganya terjangkau.

Pada penjelasan pembahasan ini diperkuat oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan pada tahun 2021 oleh Siti Indah Purwaning Yuwana, Jurnal yang berjudul “Literasi Produk Bersertifikasi Halal Dalam Rangka Meningkatkan Penjualan Pada UMKM” dimana menunjukkan adanya peningkatan pemahaman pelaku UMKM setelah diberikan pelatihan literasi Sertifikasin produk halal.¹⁰⁷

b. Peningkatan pendapatan

Dalam point peningkatan pendapatan produsen UMKM tahu Hafis menjaga kualitas tahu seperti memastikan penggunaan kedelai berkualitas, proses produksi yang bersih dan tahu yang selalu segar. Untuk pendapatan harian nya UMKM tahu Hafis ini tidak tentu menghasilkan pendapatan yang sama di setiap hari nya, namun yang pasti sekitar Rp. 400.000 – Rp. 500.000 perharinya dikarenakan tahu Hafis hanya memproduksi 7 – 8 Kg perharinya dan menghasilkan 14 bak tahu. Sedangkan untuk UMKM tahu Balap sudah memproduksi

¹⁰⁷ Siti Indah Purwaning Yuwana, Hikmatul Hasanah, “Literasi Produk Bersertifikasi Halal Dalam Rangka Meningkatkan Penjualan Pada UMKM”, Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani, n0.2 , 2021.

sekitar 80- 90 Kg dalam perharinya sehingga menghasilkan pendapatan yang lebih meningkat sekitar Rp. 1.000.000 – Rp. 1.500.000.

Dari informasi yang diperoleh dari wawancara dan teori di atas, terdapat hubungan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Sulaeman pada tahun 2023, Jurnal yang berjudul “Perbandingan Tingkat Pendapatan UMKM di Masa Pandemi dan pasca Covid-19 (Studi Kasus Di Objek Wisata Loang Balog Kota Mataram)”. Terdapat persoalan utama yang dialami UMKM ialah turunnya pendapatan dan peningkatan biaya operasional yang menyebabkan pendapatan berkurang karena adanya pembatasan mobilitas, kurangnya komunikasi bisnis yang efektif, modal usaha yang minim, kurang memanfaatkan pemasaran digital untuk meningkatkan penjualan.¹⁰⁸

- c. Mendapatkan kepercayaan pembeli dalam keputusan pembelian produk

Dalam point mendapatkan kepercayaan pembeli dalam keputusan pembelian produk pada UMKM tahu Hafis sangat bergantung pada kualitas tahu dan kepercayaan konsumen. Produsen tahu Hafis berusaha menjaga kepercayaan konsumen dengan memastikan penggunaan kedelai berkualitas, proses produksi yang bersih, serta menjaga kesehatan tahu sebelum dijual. Meskipun tetap mempercayai kehalalan produk karena tahu termasuk dalam kategori makanan yang secara umum dianggap halal. Meskipun tahu Hafis

¹⁰⁸ Sulaeman, Perbandingan Tingkat Pendapatan UMKM Di Masa Pandemi Pasca Covid-19 (Studi Kasus Di Objek Wisata Loang Balog Kota Mataram), *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, no.4, 2023.

belum memiliki Sertifikat Halal, produsen tetap berkomitmen untuk menjaga kualitas dan kebersihan produknya. Sedangkan dari sisi konsumen tahu Hafis, sebagian besar menilai bahwa tahu Hafis memiliki rasa yang enak dan tetap mempercayai kehalalannya karena tahu secara umum dianggap sebagai makanan halal. Namun, ada juga yang berpendapat bahwa Sertifikat Halal lebih penting untuk produk olahan dari pabrik besar, dimana kejelasan proses produksinya bisa diragukan. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun kehalalan menjadi faktor penting kepercayaan terhadap kualitas dan cita rasa tetap menjadi pertimbangan utama bagi konsumen tahu Hafis.

Sedangkan dengan bapak Solehan selaku produsen tahu Balap, bahwa bapak Solehan sangat menjaga kualitas dan kebersihan dalam setiap proses produksinya. Salah satu upaya utamanya dalam mendapatkan kepercayaan konsumen adalah dengan memastikan kehalalan produknya, termasuk dengan memiliki Sertifikat Halal. Sertifikasi ini penting karena memberikan rasa aman dan keyakinan lebih bagi konsumen dalam memilih produknya. Selain itu, bapak Solehan juga menggunakan bahan baku berkualitas dan mengikuti standar kebersihan dalam produksi, sehingga dapat menjaga kualitas tahu yang dihasilkan. Sedangkan dari sisi konsumen, mereka sangat yakin dengan kualitas dan kehalalan produk tersebut, terutama karena tahu balap sudah memiliki Sertifikat Halal. Konsumen menilai bahwa

kehadiran Sertifikat Halal ini membuat mereka merasa lebih aman dan percaya dalam membeli tahu balap.

Dari informasi yang diperoleh dari wawancara dan teori di atas, terdapat hubungan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Nur Azifah dan Paranita Asnur pada tahun 2024, Jurnal yang berjudul “Program Penyuluhan Dan Pendampingan Sertifikat Halal Dalam Upaya Peningkatan Daya Saing UMKM”. Sertifikat Halal dalam upaya peningkatan daya saing dapat meningkatkan produk makanan dan minuman yang baik serta jelas kehalalannya sehingga memberikan kenyamanan dan konsumennya mampu meningkatkan kesejahteraan ekonomi warga sekitar.¹⁰⁹



¹⁰⁹Nur Azifah, Paranita Asnur et al. Program Penyuluhan Dan Pendampingan Sertifikasi Halal Dalam Upaya Peningkatan Daya Saing UMKM, Jurnal Pengabdian Masyarakat Sapangambe Manoktok Hitei, no.1. 14

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan pada penelitian ini, didapatkan sebuah kesimpulan yang memberikan pemahaman lebih singkat, tepat, dan terarah. Adapun pada penelitian ini dipaparkan sebagai berikut :

1. Perbandingan daya saing UMKM tahu antara sebelum dengan sesudah memiliki Sertifikasi Halal pada UMKM tahu Hafis dan tahu Balap terdapat dua daya saing yang digunakan oleh UMKM tahu keduanya. Yang pertama terkait kondisi faktor dan yang kedua kondisi permintaan. Pertama, kondisi faktor yaitu bahan baku untuk memproduksi tahu seperti kedelai, cuka, air, bahan bakar serta tenaga kerja. Kedua, kondisi permintaan dengan semakin meningkatnya permintaan konsumen, meningkatnya juga jumlah pendapatan yang diperoleh.
2. Dampak Sertifikasi Halal terhadap daya saing UMKM tahu Hafis dan tahu Balap ada beberapa poin penting yang dapat disimpulkan. *Pertama*, Peningkatan Penjualan. *Kedua*, peningkatan pendapatan. *Ketiga*, mendapatkan kepercayaan pembeli dalam pembelian produk.

B. Saran

Sebagai akhir dari bagian penulisan skripsi yang peneliti buat, maka peneliti juga memberikan saran terhadap seluruh pihak, diantaranya :

1. Untuk UMKM tahu Balap (yang sudah Bersertifikat Halal), diharapkan agar lebih aktif mempromosikan keunggulan Sertifikat Halal yang dimiliki

melalui kemasan produk, label halal, dan media sosial, agar dapat meningkatkan kepercayaan konsumen khususnya di segmen muslim dan agar bisa memperluas pangsa pasarnya.

2. Untuk UMKM tahu Hafis (belum Bersertifikat Halal), agar secepatnya mendaftarkan Sertifikat Halal sehingga bisa memperluas pangsa pasar dan meningkatkan pendapatan. Juga kepada LPH (Lembaga Penyelia Halal) agar memberikan pendampingan kepada UMKM yang belum memiliki Sertifikat Halal untuk mendaftarkan produknya sehingga menciptakan UMKM yang Bersertifikat Halal.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad Zuchari, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Makassar: Syakir Media Press, 2021).
- Anggraeni, Wilfarda Charismanur, et al, Kebijakan Pemerintah Dalam Pemberdayaan UMKM Di Masa Pandemi Covid-19 di Indonesia, *Journal Of Government And Politics (JGOP)*, no. 1 (2021),
- Apriyanti Yoki et al, “Kualitas Pelayanan Kesehatan Di Pusat Kesehatan Masyarakat Kembang Seri Kecamatan Talang Empat Kabupaten Bengkulu Tengah” *Jurnal Professional FIS UNIVED*, no.1 Juni (2019),
- Azifah Nur, Paranita Asnur, et al. Program Penyuluhan Dan Pendampingan Sertifikat Halal Dalam Upaya Peningkatan Daya Saing UMKM, *Jurnal Pengabdian Masyarakat Sapangambe Manoktok Hitei*, no. 1 (2024), <https://jurnal.usi.ac.id/index.php/JPMSMH/article/view/14>
- Bakhri Syaeful, Analisis Kepemilikan Sertifikat Halal Terhadap Tingkat Pendapatan Usaha Pelaku Industri Kecil dan Menengah, *Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Islam*, no. 1. (2020), <https://www.syekhnurjati.ac.id/jurnal/index.php/al-mustashfa/article/view/6789/0>
- Dewi Luh Komang Candra, Sili Antari, Herindiyah Kartika Yuni, “Peran Inovasi Produk Dalam Memediasi Pengaruh Entrepreneurial Marketing Terhadap Daya Saing UMKM di Desa Petak Gianyar Bali”, *Jurnal Bisnis & Kewirausahaan*, no. 2 (Juli, 2018), <https://ojs2.pnb.ac.id/index.php/GBK/article/view/423>
- Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Jember, (2019)
- Disperindag.jatimprov.go.id, diakses pada 23 oktober 2021.
- Fuadi, Andri, Zuhriana, “Studi Literatur Implementasi Sertifikasi Halal Produk UMKM”.
- Girinda Aisjah “*Dari Sertifikat Menuju Labelisasi Halal*” (Jakarta:Pustaka Jurnal Halal, 2008)
- Hartanto Arif Dwi et al. “Formulasi Pembangunan Ekonomi Lokal Partisipatif Sebagai Strategi Peningkatan Daya Saing UMKM”, *Jurnal Dinamika Ekonomi Pembangunan (JDEP)*, 2021.
- Haryoko Sapto, et al, *Analisis Data Penelitian Kualitatif (Konsep, Teknik, & Prosedur Analisis)*, (Makassar: Badan Penerbit UNM, 2020).

- Hidayat Taufik, et.al. “Meningkatkan Daya Saing UMKM melalui Analisis SWOT dan NIB”. *Jurnal Komunitas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7 (1),(2024),<https://ojs.stiami.ac.id/index.php/jks/article/download/3798/1996>
- Istanti Lulu Nurul et.al, “Peningkatan Mutu Produk UKM Melalui Sertifikasi Jaminan Produk Halal”, *jurnal karinov*, no. 3 (2019),<http://dx.doi.org/10.17977/um045v2i3p198-203>
- Khairunnisa Hana, Deni Liubis, Qoriatul Hasanah. Kenaikan Omzet UMKM Makanan dan Minuman di Kota Bogor Pasca Sertifikasi Halal.”*Al Muzara'ah*, no. 2, (2020),
https://www.researchgate.net/publication/347958447_Kenaikan_Omzet_UMKM_Makanan_dan_Minuman_di_Kota_Bogor_Pasca_Sertifikasi_Halal
- Khairunnisa Hana, Deni Lubis, Qoriatul Hasanah, “Kenaikan Omzet UMKM Makanan Dan Minuman Di Kota Bogor Pasca Sertifikasi Halal”, *Jurnal AL-MUZARA'AH*, no. 2 (2020)
- Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan Edisi Penyempurnaan 2019*, (Jakarta Timur: Lajnah Pentashihan mushaf Al-Qur'an. 2019)
- Masruroh Nikmatul, M. Syaiful Anam. “Pemaknaan Halal Antara Simbol Dan Bentuk Implementasi Keagamaan Oleh Pemilik UMKM Pasca Pemberlakuan UU No.33 Tahun 2014.” *Jurnal Hukum Dan Ekonomi Islam*, no. 2 (2022)<file:///C:/Users/USER/Downloads/harfin,+Manajer+Jurnal,+8.Ni+kmatul+Masruroh,+M.+Syaiful+Anam.pdf>
- Mekarisce Arnild Augina, Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Pada Penelitian Di Bidang Kesehatan Masyarakat, *Jurnal Ilmiah Kesehatan Masyarakat*, 2020.
- Misrawi, diwawancarai oleh penulis, Jember, 21 Maret 2024.
- Mursadad Alif, Sissah, et.al., “Peran Sertifikasi Halal Terhadap Peningkatan Penjualan Pada UMKM Di Kecamatan Telanai Pura Jambi” *Jurnal Neraca Manajemen, Ekonomi*, no. 2 tahun 2024
<https://ejournal.warunayama.org/index.php/musytarineraca/article/view/2958>.
- Muzaki Wawan Wasik, Triyono, “Pengaruh Religiusitas, Sertifikasi Halal, dan Bahan Produk Terhadap Keputusan Pembelian”, *Majalah Ekonomi dan Bisnis* 17.2 (2021)

- Nuraliyah Maulidiyah Isnainiet al. (2023) “Keputusan Sertifikasi Halal Oleh UMKM di Bangkalan (Apakah Religiusitas dan Biaya Sertifikasi Berpengaruh ?)”. *Jurnal Tadbir Peradaban*, no.1(2023), https://www.researchgate.net/publication/368226408_Keputusan_Sertifikasi_Halal_oleh_UMKM_di_Bangkalan_Apakah_Religiusitas_dan_Biaya_Sertifikasi_Berpengaruh
- Porter Michael E, “Keunggulan Bersaing Menciptakan dan Mempertahankan Kinerja Unggul” ,
- Porter Michael E., “Keunggulan Bersaing Menciptakan dan Mempertahankan Kinerja Unggul”
- Porter Michael E., “Keunggulan Bersaing : Menciptakan dan Mempertahankan Kinerja Unggul”, (PT. Gelora Aksara Pratama, 1993)https://opac.uin-antasari.ac.id/index.php?p=show_detail&id=24033&keywords=
- Pratiwi Devy Indah, Farhanuddin Jamanie, Sry Reski Mulka, “Perbandingan Kualitas Pelayanan Pembuatan Kartu Tanda Penduduk Elektronik (KTP-EL) (Studi Pada Dinas Kependudukan Dan Pencatatan Sipil Kota Samarinda Dan Kabupaten Kutai Timur Periode 2018-2019)”. *Jurnal Pemerintahan Integratif*no. 1 (2020)
- Rahardjo Tri Weda, *Strategi Pemasaran dan Penguatan Daya Saing Produk Batik UMKM* (Surabaya: CV. Jakad Publishing, 2018), <http://eprints.ubhara.ac.id/1489/1/Buku%20Penguatan%20Strategi%20Pemasaran%20%28Triweda%29.pdf>
- RahmanArief, *Peran Teknologi informasi dalam Peningkatan Daya Saing UKM*, (Yogyakarta:Universitas Widyatama, 20 juni 2009)
- rohani, (Jakarta: PT. Al-Mawardi Prima, 2003),https://books.google.co.id/books/about/Bahaya_makanan_haram_bagi_kesehatan_jasm.html?hl=id&id=3XgwAAAACAAJ&redir_esc=y
- Sahir Syafrida Hafni, *Metodologi Penelitian* (Jogjakarta: penerbit KBM Indonesia, 2021),
- salam,D.Q Alva, Ahmad Makhtum. “Implementasi Jaminan Produk Halal Melalui Sertifikasi Halal Pada Produk Makanan dan Minuman UMKM di Kabupaten Sampang ”*Qawwam the leader’s writing*, (1,juni 2022), <https://www.jurnalfuad.org/index.php/qawwam/article/view/110>
- Saleh Sirajuddin *Analisis Data Kualitatif*, (Bandung : Pustaka Ramadhan, 2017)
- Salindal Normia Akmad, Mohd Ismail Ahmada, et al. “A Structural Equation Model Of The Halal Certification And Its Business Performance

- Impact Ond Food Companies ”. *International Journal of Economics, Management and Accounting* 26, no. 1 (2018), <https://journals.iium.edu.my/enmjjournal/index.php/enmj/article/view/517/283>
- Shofiyah Rosyidatush, Lailatul Qadariyah. “Pemaknaan Sertifikasi Halal Bagi Pelaku UMKM Sektor Pangan Yang Telah Bersertifikat Halal di Kabupaten Bangkalan” *Jurnal Ekonomi Syariah dan Binsin*, No. 2, (November 2022).
- Shofiyah Rosyidatush, Lailatul Qadariyah. “The Meaning Of Halal Certification For Food Sector UMKM Actors WHO Have Been Certified Halal In Bangkalan Regency” *Jurnal Ekonomi Syariah dan Binsin*, no. 2, November, (2022), <https://ejournal.unma.ac.id/index.php/maro/article/view/3595>
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2018)
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, 218-219
- Sujarweni V. Wiratna, *Metodologi Penelitian Bisnis Ekonomi*, (Yogyakarta : Pustaka baru press, 2022)
- Sulaeman, Perbandingan Tingkat Pendapatan UMKM di Masa Pandemi Pasca Covid-19 (Studi Kasus di Objek Wisata Loang Baloq Kota Mataram, *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, no. 4 (2023), <https://bajangjournal.com/index.php/JEMBA/article/view/6072>
- Susilo Y. Sri, “Strategi Meningkatkan Daya Saing UMKM Dalam Menghadapi Implementasi Cafta dan Mea.” *Bulletin Ekonomi* No. 2, (Agustus 2010) <https://scholar.google.co.id/scholar?oi=bibs&cluster=6164149769634870952&btnI=1&hl=en>
- Syarofi Muhammad, “Program Sertifikasi Halal” (Jawa Barat : CV. Adanu Abimata, 2024)
- Tabunan, T.T.H., “Daya Saing Global Indonesia 2008-2009 versi world Economic Forum (WEF)” 2008, Makalah Kadin Indonesia Diakses dari <http://kadin-indonesia.or.id> pada tanggal 17 september 2018.
- Thobieb Al-Asyhar, Bahaya Makanan Haram bagi kesehatan Jasmani dan Kesucian
- Tim Penyusun IAIN jember, “Pedoman Penulisan Karya Ilmiah”, (Jember: IAIN Jember Press, 2020).

- Wahyuningrum Asri, Anasom, et.al. “Sertifikasi Halal Sebagai Strategi Dakwah MUI (Majelis Ulama Indonesia) Jawa Tengah” *Jurnal Ilmu Dakwah*, no. 2 (2015), <https://journal.walisongo.ac.id/index.php/dakwah/article/view/1618/1276>
- Wahyuningrum Asri, Anasom, et.al. “Sertifikasi Halal Sebagai Strategi Dakwah MUI (Majelis Ulama Indonesia) Jawa Tengah” <https://journal.walisongo.ac.id/index.php/dakwah/article/view/1618/1276>
- Wilantara Rio F, Susilawati, *Strategi dan Kebijakan Pengembangan UMKM (upaya meningkatkan daya saing UMKM Nasional di Era MEA)* (Bandung: PT Refika Aditama, 2016). <https://inlislite.uin-suska.ac.id/opac/detail-opac?id=26059>
- Yuwana, Siti Indah Purwaning, Hikmatul Hasanah, “ Literasi Produk Bersertifikasi Halal Dalam Rangka Meningkatkan Penjualan Pada UMKM”, *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani*, no. 2. (2021), https://scholar.google.co.id/citations?view_op=view_citation&hl=id&user=xgj9IkAAAAJ&citation_for_view=xgj9IkAAAAJ:2osOgNQ5qMEC

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Qoyyimatun Nisa

NIM : 204105020027

Prodi/Jurusan : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Institusi : Universitas Islam Negeri Kiai Achmad Siddiq Jember

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “Studi Komparasi Daya Saing UMKM Tahu Bersertifikasi Halal di Desa Kaliwining Bedadung Kulon Kecamatan Rambipuji Kabupaten Jember” adalah benar-benar karya asli tulisan saya kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Apabila terdapat kesalahan didalamnya, Maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa adanya paksaan dari pihak manapun.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Jember, 07 Februari 2025
Yang Menyatakan



Qoyyimatun Nisa
NIM. 204105020027

Matriks Penelitian

Judul Penelitian	Variabel	Indikator	Sumber Data	Metode Penelitian	Rumusan Masalah
Perbandingan Daya Saing UMKM Tahu Bersertifikasi Halal di Desa Kaliwining Bedadung Kulon Kecamatan Rambipuji Kabupaten Jember	1. Perbandingan	a. Pengertian perbandingan	1. Informan - Pemilik UMKM tahu Hafis	1. pendekatan penelitian: kualitatif	1. Bagaimana perbandingan daya saing UMKM tahu Bersertifikasi Halal dan tidak pada UMKM tahu Hafis dan tahu Balap ?
	2. Daya Saing	a. Pengertian daya saing b. Konsep daya saing c. Teori peningkatan daya saing d. Prinsip-prinsip daya saing e. Indikator daya saing pada UMKM f. Dampak daya saing UMKM sebelum memiliki Sertifikasi Halal g. Dampak daya saing UMKM setelah memiliki Sertifikasi Halal	(belum memiliki Sertifikasi Halal) - Pemilik UMKM tahu Balap (sudah Bersertifikasi Halal) - Karyawan UMKM tahu Balap - Konsumen tahu Hafis - Konsumen tahu Balap	2. Jenis penelitian: Deskriptif 3. Lokasi Penelitian: Desa Kaliwining Bedadung Kulon Kecamatan Rambipuji Kabupaten Jember 4. Pengumpulan data: Observasi, Wawancara, dan Dokumentasi. 5. Analisis data: Reduksi data, penyajian data, dan penarikan	2. Bagaimana dampak Sertifikasi Halal terhadap daya saing UMKM tahu Hafis dan tahu Balap ?
	3. UMKM	a. Pengertian UMKM b. Resiko UMKM c. Ciri umum UMKM	2. Dokumentasi		

	<p>4. Sertifikasi Halal</p>	<p>a. Pengertian Sertifikasi Halal</p> <p>b. Tujuan Sertifikasi Halal</p> <p>c. Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Sertifikasi Halal</p> <p>d. Indikator Sertifikasi Halal</p> <p>e. Manfaat kepemilikan Sertifikasi Halal</p>		<p>kesimpulan</p> <p>6. Keabsahan Data: Triangulasi Sumber Data</p> <p>7. Tahap-tahap penelitian</p>	
--	-----------------------------	--	--	--	--

PEDOMAN WAWANCARA

1. Fokus 1 : Bagaimana perbandingan daya saing UMKM tahu Bersertifikasi Halal dan tidak pada UMKM tahu Hafis dan tahu Balap ?
 - a Apa tantangan yang dihadapi UMKM tahu dalam mendapatkan Sertifikasi Halal dibandingkan dengan yang tidak memiliki Sertifikasi Halal ?
 - b Seberapa besar peran Sertifikasi Halal dalam menarik konsumen ?
 - c Apakah ada perbedaan harga jual antara produk tahu Bersertifikasi Halal dan yang tidak ?
 - d Apakah UMKM yang Bersertifikasi Halal mengalami kendala bersaing terhadap UMKM tahu yang tidak Bersertifikasi Halal ?
 2. Fokus 2 : Bagaimana dampak Sertifikasi Halal terhadap daya saing UMKM tahu Hafis dan tahu Balap ?
 - a Apakah konsumen membanding-bandingkan kualitas produk yang bersertifikasi halal dan tidak ?
 - b Apakah Sertifikasi Halal meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk yang ditawarkan ?
 - c Apakah UMKM tahu menghadapi hambatan waktu karena proses Sertifikasi yang dianggap lama atau rumit ?
 - d Apakah Sertifikasi Halal berdampak pada peningkatan penjualan dibandingkan dengan yang belum Bersertifikasi Halal ?
- A. Pedoman Penelitian (produsen UMKM tahu Hafis)
- a. Kapan pertama kali UMKM tahu Hafis ini berdiri ?
 - b. Bagaimana sejarah didirikannya UMKM tahu Hafis ?

- c. Apa saja tujuan didirikannya UMKM tahu Hafis ini ?
 - d. Apa saja visi misi dari UMKM tahu Hafis ?
- B. Pedoman Penelitian (produsen UMKM tahu Balap)
- a. Kapan pertama kali UMKM tahu Balap ini berdiri ?
 - b. Bagaimana sejarah didirikannya UMKM tahu Balap ?
 - c. Apa saja tujuan didirikannya UMKM tahu Balap ?
 - d. Apa saja visi misi dari UMKM tahu Balap ?
- C. Pedoman Penelitian (karyawan tahu Balap)
- a. Sudah berapa lama bekerja menjadi karyawan di tahu Balap ?
 - b. Apa saja bahan-bahan pembuat tahu ?
 - c. Bagaimana proses pembuatan tahu nya ?
 - d. Apakah ada perbedaan proses produksi sebelum dengan sesudah memiliki Sertifikasi Halal ?
- D. Pedoman Penelitian (konsumen tahu Hafis)
- a. Apakah peran Sertifikasi Halal itu berpengaruh terhadap keputusan pembelian ?
 - b. Jika disuruh memilih tahu yang sudah Bersertifikasi Halal dengan yang belum, bapak/ibu pilih yang mana ?
 - c. Apakah ibu/bapak lebih percaya atau merasa lebih aman dengan produk tahu yang memiliki Sertifikasi Halal ?
 - d. Selain Sertifikasi Halal, faktor apa yang mempengaruhi keputusan ibu/bapak dalam membeli produk tahu (harga, rasa, kualitas) ?

E. Pedoman Penelitian (konsumen tahu Balap)

- a. Apakah peran Sertifikasi Halal itu berpengaruh terhadap keputusan pembelian ?
- b. Jika disuruh memilih tahu yang sudah Bersertifikasi Halal dengan yang belum, bapak/ibu pilih yang mana ?
- c. Apakah ibu/bapak lebih percaya atau merasa lebih aman dengan produk tahu yang memiliki Sertifikasi Halal ?
- d. Selain Sertifikasi Halal, faktor apa yang mempengaruhi keputusan ibu/bapak dalam membeli produk tahu (harga, rasa, kualitas) ?



JURNAL KEGIATAN PENELITIAN

UMKM tahu Balap (Dusun Bedadung Kulon, Desa/Kelurahan Kaliwining, Kecamatan Rambipuji, Kabupaten Jember, Provinsi Jawa Timur).

No	Hari/tanggal	Kegiatan	TTD
1.	06 Juni 2024	Melakukan observasi awal dan menyerahkan surat izin penelitian	
2.	26 November 2024	Wawancara dengan bapak Solehan selaku produsen UMKM tahu Balap	
3.	15 Desember 2024	Wawancara dengan ibu Nurul selaku konsumen tahu Balap	
4.	15 Desember 2024	Wawancara dengan bapak Ali Riski selaku konsumen tahu Balap	
5.	28 Desember 2024	Wawancara dengan mas Thoyyib selaku karyawan tahu Balap	
6.	05 Januari 2025	Wawancara mengenai dampak bersama bapak solehan	
7.	23 Januari 2025	Wawancara dengan bapak Ali Riski selaku konsumen tahu Balap	
8.	23 Januari 2025	Wawancara dengan ibu Nurul selaku konsumen tahu Balap	

Jember, 23 Januari 2025

Pemilik UMKM Tahu Balap



Solehan

JURNAL KEGIATAN PENELITIAN

UMKM tahu Hafis (Dusun Bedadung Kulon, Desa/Kelurahan Kaliwining, Kecamatan Rambipuji, Kabupaten Jember, Provinsi Jawa Timur).

No	Hari/tanggal	Kegiatan	TTD
1.	03 Juli 2024	Melakukan observasi awal dan menyerahkan surat izin penelitian	
2.	25 November 2024	Wawancara dengan bapak Babun selaku produsen UMKM tahu Hafis	
3.	13 Desember 2024	Wawancara dengan ibu Tuhemi selaku konsumen tahu Hafis	
4.	13 Desember 2024	Wawancara dengan bapak Khoirul Anam selaku konsumen tahu Hafis	
5.	15 Desember 2024	Foto Dokumentasi bersama bapak Babun	
6.	05 Januari 2025	Wawancara mengenai dampak bersama bapak Babun	
7.	23 Januari 2025	Wawancara dengan ibu liya selaku konsumen tahu Hafis	
8.	23 Januari 2025	Wawancara dengan ibu Tuhemi selaku konsumen tahu Hafis	

Jember, 23 Januari 2025

Pemilik UMKM Tahu Hafis


Babun

Nomor : B-463 /Un.22/7.a/PP.00.9/06/2024
Lampiran : -
Hal : **Permohonan Izin Penelitian**

06 Juni 2024

Kepada Yth.

UMKM Tahu Pak Hafis

Desa Kaliwining Bedadung Kulon Kecamatan Rambipuji Kabupaten Jember.

Disampaikan dengan hormat bahwa, dalam rangka menyelesaikan tugas Skripsi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, maka bersama ini mohon diizinkan mahasiswa berikut :

Nama : Qoyyimatun Nisa
NIM : 204105020027
Semester : VIII (Delapan)
Jurusan : Ekonomi Islam
Prodi : Ekonomi Syariah

Guna melakukan Penelitian/Riset mengenai studi Komparasi Daya Saing Usaha UMKM Tahu Bersertifikasi Halal Dan Tidak Bersertifikasi Halal Di Kecamatan Rambipuji Kabupaten Jember di lingkungan/lembaga wewenang Bapak/Ibu.

Demikian atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

A.n. Dekan
Wakil Dekan Bidang Akademik,



Nurul Widyawati Islami Rahayu

SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN

Yang bertanda-tangan dibawah ini:

Nama : Babun

Jabatan : pemilik UMKM tahu Hafis

Dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa yang beridentifikasi:

Nama : Qoyyimatun Nisa

NIM : 204105020027

Semester : X (Sepuluh)

Prodi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Instansi : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Telah selesai melakukan penelitian terhitung mulai tanggal 25 November – 28 Desember 2024 untuk memperoleh data dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul “Studi Komparasi Daya Saing UMKM Tahu Bersertifikasi Halal di Desa Kaliwining Bedadung Kulon Kecamatan Rambipuji Kabupaten Jember”.

Demikian surat keterangan ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan seperlunya.

Jember, 28 Desember 2024

Pemilik UMKM tahu Hafis


Babun

SURAT KETERANGAN

Kami yang bertandatangan di bawah ini, menerangkan bahwa :

Nama : Qoyyimatun Nisa

NIM : 204105020027

Semester : 10 (sepuluh)

Berdasarkan keterangan dari Dosen Pembimbing telah dinyatakan selesai bimbingan skripsi. Oleh karena itu mahasiswa tersebut diperkenankan mendaftarkan diri untuk mengikuti Ujian Skripsi.

Jember, 26 Februari 2025
Koordinator Prodi Ekonomi Syariah



Dr. Sofiah, M.E.
NIP. 199105152019032005



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

Bagian Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menerangkan bahwa :

Nama : Qoyyimatun Nisa
NIM : 204105020027
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul : Perbandingan Daya Saing UMKM Tahu Bersertifikasi Halal di Desa Kaliwining Bedadung Kulon Kecamatan Rambipuji Kabupaten Jember

Adalah benar-benar telah lulus pengecekan plagiasi dengan menggunakan Aplikasi DrillBit, dengan tingkat kesamaan dari Naskah Publikasi Tugas Akhir pada Aplikasi DrillBit kurang atau sama dengan 25%.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.



Jember, 10 Februari 2025
Operator Aplikasi DrillBit
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER



Luluk Musfiroh

DOKUMENTASI PENELITIAN



Wawancara Bersama Bapak Babun Selaku Produsen Tahu Hafis (Tidak Bersertifikasi Halal)



Dokumentasi Proses Pembuatan Tahu Hafis



Wawancara Bersama Ibu Tuhemi Selaku Konsumen Tahu Hafis



Wawancara Bersama Ibu Liya Selaku Konsumen Tahu Hafis



Dokumentasi Hasil Produksi Tahu Hafis



**Wawancara Brersama Bapak Solehan Selaku Produsen Tahu Balap
(Sudah Bersertifikat Halal)**



Wawancara Bersama Mas Thoyyib Selaku Karyawan TahuBalap



Wawancara Bersama Bapak Ali Selaku Konsumen Tahu Balap



Wawancara Bersama Ibu Nurul Selaku Konsumen Tahu Balap



Wawancara Bersama Bapak Khoirul Anam Selaku Konsumen Tahu Balap



Dokumentasi Hasil Produksi Tahu Balap

UNIVERSITAS HAJI ACHMAD SIDDIQ
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

 REPUBLIK INDONESIA (REPUBLIC OF INDONESIA) جمهورية إندونيسيا SERTIFIKAT HALAL (HALAL CERTIFICATE) شهادة الحلال		
Nomor Sertifikat Certificate Number	ID35110014494601123	رقم الشهادة
Berdasarkan keputusan komite fatwa produk halal nomor : Based on the decision to stipulating halal products of fatwa committee : على قرار مجلس الفتوى لوزارة الشؤون الجمهورية الإندونيسيا KP-SD-2024/1100187 Tanggal 29 Januari 2024		
Jenis Produk Type of Product	Borelle dan produk sejenis yang merupakan produk turunan dari biji serelia, sereal dan umbi, kacang-kacangan dan empulur dengan pengolahan dan penambahan bahan tambahan pangan.	نوع المنتج
Nama Produk Name of Product	-Tersempit / As Attached-	اسم المنتج
Nama Pelaku Usaha Name of Company	SOLESIAN	اسم الشركة
Alamat Pelaku Usaha Company's Address	DURUN BENDADUNG KULON, RT/ RW . KALIMING, RAMBUPLI, KAD. JEMBER, JAWA TIMUR, INDONESIA	عنوان الشركة
Ditertibkan di Jakarta pada Issued in Jakarta on	29 Januari 2024	أصدرت الشهادة بجاكرتا في
telah memenuhi ketentuan perundang-undangan. Has complied with the provisions of law and regulations قد امتثلت أحكام الترتيب		
KEPALA BADAN CERTIFIKASI DAN JAMINAN PRODUK HALAL HEAD OF HALAL PRODUCT ASSURANCE BODY رئيس وكالة ضمان المنتجات الحلال		
		
Muhammad Agil Ihsan		

Dokumentasi Bukti Kepemilikan Sertifikat Halal UMKM Tahu Balap



PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA
PERIZINAN BERUSAHA BERBASIS RISIKO
NOMOR INDUK BERUSAHA: 2710230093138

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 tentang Cipta Kerja Menjadi Undang-Undang, Pemerintah Republik Indonesia menerbitkan Nomor Induk Berusaha (NIB) kepada:

- | | |
|--|--|
| 1. Nama Pelaku Usaha | : SOLEHAN |
| 2. Alamat | : DUSUN BEDAGUNG HULUH, Desa/Mekaranan Khatwirang, Kec. Rambiyah, Kab. Jember, Provinsi Jawa Timur |
| 3. Nomor Telepon Sekuler | : + |
| E-mail | : lgal.rahak@gmail.com |
| 4. Kode Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLU) | : Uhat Lampiran |
| 5. Skala Usaha | : Usaha Mikro |

NIB ini berlaku di seluruh wilayah Republik Indonesia selama menjalankan kegiatan usaha dan berlaku sebagai hak akses kepastian, pendaftaran kepastian jaminan sosial kesehatan dan jaminan sosial ketenagakerjaan, serta bukti pemenuhan laporan pertanggungjawaban Laporan Pertanggungjawaban di Perusahaan (LAPOR).

Pelaku Usaha dengan NIB tersebut di atas dapat melaksanakan kegiatan berusaha sebagaimana terlampir dengan tetap memperhatikan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Dibagikan di Jakarta, tanggal: 27 Oktober 2023

Menteri Investasi/
Kepala Badan Koordinasi Penanaman Modal,



Ditandatangani secara elektronik

Ditetak tanggal: 27 Oktober 2023



- | | |
|--|--|
| 1. Dokumen ini diterbitkan dalam OSS berdasarkan data dari Pelaku Usaha, retribusi dalam sistem OSS, yang menjadi tanggung jawab Pelaku Usaha. | |
| 2. Dokumen ini tidak dapat diakses di aplikasi di mana dokumen tersebut tidak digunakan secara resmi. | |
| 3. Dokumen ini tidak dapat digunakan untuk keperluan lain yang diterbitkan oleh BPSN-BPSN. | |
| 4. Data yang tertera dalam dokumen ini dapat diperoleh melalui sistem OSS menggunakan hak akses. | |

Dokumentasi Bukti Surat Perizinan Berusaha



BIODATA PENULIS



DATA DIRI

Nama : Qoyyimatun Nisa
NIM : 204105020027
Tempat, Tanggal Lahir : Lumajang, 18 Mei 2002
Agama : Islam
Jenis Kelamin : Perempuan
Alamat : Dusun Kebonan, Desa Talonori, Kecamatan
Yosowilangun Kidul, Kabupaten Lumajang, Jawa
TimurFakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Ekonomi Syariah
Kewarganegaraan : WNI
Email : nisaqoyyim@gmail.com

RIWAYAT PENDIDIKAN

1. RA : RA Darul Falah (Tahun 2007-2008)
2. MI : MI Hasyim Asy'ari (Tahun 2009-2014)
3. SMP : SMP Darul Musthofa Assunniyyah (Tahun 2015-2017)
4. SMK : SMK Darul Musthofa Assunniyyah (Tahun 2018-2020)