

ANALISIS PERAN SERTIFIKASI HALAL DAN KUALITAS PRODUK DALAM MEMBANGUN DAYA SAING UMKM TERHADAP PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH (STUDI PADA BAKUL TEMPE MBAK AYYU DI KOTA BENGKULU)

Idwal B. M.A¹, Ratu Hanna Megumi², Thea Aprilia³, Helpi Yulistri⁴, Tada Yupi Lopea⁵,
Reci Anatasya⁶.

Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu¹⁻⁶

E-mail: idwal@mail.uinfasbengkulu, ratuhannamgmi@gmail.com, theaprilia021@gmail.com,
helpiyulistri3007@gmail.com, tadayupilopea@gmail.com, recianatasya@gmail.com.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran sertifikasi halal dan kualitas produk dalam membangun daya saing UMKM pada Bakul Tempe Mbak Ayyu di Kota Bengkulu dalam perspektif ekonomi syariah. Persaingan usaha yang semakin ketat membuat pelaku UMKM perlu menjaga kualitas produk dan memperhatikan aspek kehalalan untuk meningkatkan kepercayaan konsumen. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Data yang diperoleh kemudian dianalisis secara deskriptif sesuai dengan tujuan penelitian. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sertifikasi halal dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk yang dijual. Selain itu, kualitas produk seperti rasa, kebersihan, dan konsistensi produk juga berperan penting dalam menarik minat serta mempertahankan loyalitas pelanggan. Dalam perspektif ekonomi syariah, penerapan prinsip kejujuran dan tanggung jawab dalam usaha menjadi nilai penting dalam meningkatkan daya saing UMKM. Dengan demikian, sertifikasi halal dan kualitas produk memiliki peran penting dalam mendukung perkembangan dan daya saing UMKM di tengah persaingan usaha yang semakin berkembang.

Kata Kunci: Sertifikasi Halal, Kualitas Produk, Daya Saing UMKM, Ekonomi Syariah.

Abstract

This study aims to analyze the role of halal certification and product quality in building the competitiveness of MSMEs, such as Bakul Tempe Mbak Ayyu in Bengkulu City, from a sharia economic perspective. Increasingly fierce business competition requires MSMEs to maintain product quality and prioritize halal aspects to increase consumer trust. The research method used was a qualitative method with a descriptive approach. Data collection was conducted through observation, interviews, and documentation. The data obtained were then analyzed descriptively in accordance with the research objectives. The results of this study indicate that halal certification can increase consumer trust in the products sold. Furthermore, product quality, such as taste, cleanliness, and consistency, also play a significant role in attracting and maintaining customer loyalty. From a sharia economic perspective, the implementation of honesty and responsibility in business are crucial values in increasing the competitiveness of MSMEs. Thus, halal certification and product quality play a crucial role in supporting the development and competitiveness of MSMEs amidst increasingly fierce business competition.

Keywords: Halal Certification, Product Quality, MSME Competitiveness, Sharia Economics.

PENDAHULUAN

Menurut data Sistem Informasi Geografi (GIS) Dinas kependudukan dan pencatatan sipil (Disdukcapil) Kementerian Dalam Negeri, mayoritas penduduk Indonesia menganut agama Islam dengan jumlah mencapai 249,82 juta jiwa atau setara dengan 87,14%. Seiring kemajuan sektor industri, kemampuan untuk bersaing menjadi elemen penting bagi UMKM agar bisa bertahan dan tumbuh, terutama dalam lingkungan pasar yang semakin kompetitif. Dalam hal ini sertifikasi halal menjadi salah satu alat yang dapat digunakan untuk meningkatkan daya saing produk UMKM, khususnya di sektor pangan.

Dalam kondisi tersebut, pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dituntut untuk mampu meningkatkan daya saing usahanya agar tetap bertahan ditengah persaingan pasar yang semakin ketat. Daya saing UMKM tidak hanya ditentukan harga, tetapi juga oleh faktor kepercayaan konsumen. Bagi masyarakat Indonesia yang mayoritas beragama Islam, kehalalan produk menjadi pertimbangan utama dalam keputusan konsumsi. Oleh karena itu, sertifikasi halal tidak hanya berfungsi sebagai jaminan kepatuhan terhadap syariat Islam, Tetapi juga sebagai instrumen penting dalam meningkatkan nilai tambah dan kepercayaan konsumen terhadap Usaha Mikro Kecil, dan menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor strategis dalam perekonomian Indonesia yang memiliki kontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi nasional, penyerapan tenaga kerja, serta pemerataan pendapatan masyarakat. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, UMKM menyumbang lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap sekitar 97% tenaga kerja Indonesia (Kementerian Koperasi dan UKM, 2023).

Selain sertifikasi halal, kualitas produk juga menjadi faktor penting dalam menentukan keberhasilan suatu usaha. Kualitas produk mencerminkan kemampuan pelaku usaha dalam memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen, baik dari segi rasa, kebersihan, keamanan, maupun konsistensi produk. Produk dengan kualitas yang baik akan lebih mudah diterima oleh pasar dan memiliki peluang lebih besar untuk mempertahankan loyalitas konsumen. Dengan demikian kombinasi antara jaminan kehalalan dan kualitas produk yang unggul menjadi strategi penting dalam membangun daya saing UMKM secara berkelanjutan.

Dalam perspektif ekonomi syariah, aktivitas ekonomi tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga harus memperhatikan aspek moral dan sosial. Tujuan akhirnya adalah menciptakan hubungan yang adil dan harmonis antar produsen dan konsumen, sehingga keberkahan dalam bisnis dapat terwujud sesuai dengan ajaran Islam. Etika pemasaran Islam menjadi sangat relevan di era modern ini, dimana persaingan bisnis semakin ketat, dan masyarakat semakin sadar akan pentingnya tanggung jawab sosial dan lingkungan. Prinsip - prinsip syariah seperti kejujuran (shiddiq), amanah, keadilan, dan keberkahan. Konsep ini menekankan bahwa produk yang dihasilkan harus halal dan berkualitas baik sebagai bentuk tanggung jawab kepada konsumen dan kepada Allah SWT (Budi S. & Zainol H. 2021)

Bakul Tempe Mbak Ayyu di kota Bengkulu merupakan salah satu UMKM yang bergerak dibidang produksi makanan tradisional berbasis kedelai. Dalam menjalankan usahanya, pelaku usaha dihadapkan pada tantangan untuk menjaga kualitas produk sekaligus meningkatkan kepercayaan konsumen melalui aspek kehalalan. Di tengah persaingan dengan produk sejenis, penting untuk memahami bagaimana peran

sertifikasi halal dan kualitas produk dalam membangun daya saing usaha tersebut, khususnya dalam perspektif ekonomi syariah.

LANDASAN TEORI

1. Sertifikasi Halal

Menurut pernyataan Eka Rahayuningsih (2021) kata “sertifikasi” produk halal merupakan suatu sistem terintegrasi yang dirancang untuk menjamin kehalalan produk melalui pengawasan menyeluruh terhadap bahan baku, sumber daya manusia, proses produksi, hingga distribusi produk. Dalam penelitian sertifikasi produk halal dalam perspektif masalah mursalah dijelaskan bahwa sistem sertifikasi halal yang dikembangkan oleh LPPOM MUI tidak hanya berfungsi sebagai instrumen administratif, tetapi juga sebagai mekanisme perlindungan masyarakat dalam memenuhi kebutuhan konsumsi yang sesuai dengan syariat islam. Keberadaan sertifikasi halal menjadi respons atas meningkatnya kompleksitas produk di era modern, sehingga diperlukan suatu jaminan yang mampu memastikan kehalalan secara komprehensif. Dalam perspektif masalah mursalah, sertifikasi halal dipandang sebagai bentuk ijtihad kontemporer yang bertujuan menjaga kemaslahatan umat. Hal ini karena sertifikasi halal memberikan kepastian dan kemudahan bagi konsumen dalam memilih produk yang layak dikonsumsi tanpa keraguan. Dengan demikian, implementasi sertifikasi halal tidak hanya memiliki dasar normatif dalam hukum islam, tetapi juga relevan secara kontekstual sebagai solusi atas kebutuhan masyarakat modern, sehingga keberadaannya dapat dikategorikan sebagai kebijakan yang membawa kemaslahatan dan sejalan dengan tujuan syariah¹.

Menurut Yusuf Qardhawi (2023) dalam karyanya, sertifikasi halal memiliki tujuan yang tidak hanya bersifat normatif-religius, tetapi juga mencakup dimensi perlindungan dan kemaslahatan umat. Sertifikasi halal bertujuan untuk memberikan kepastian hukum bagi umat islam dalam mengkonsumsi produk sehingga terhindar dari unsur yang diharamkan oleh syariat. Selain itu, sertifikasi halal juga berfungsi sebagai bentuk perlindungan terhadap konsumen muslim dari praktek produksi yang tidak sesuai dengan prinsip islam, baik dari segi bahan, proses, maupun distribusi. Dalam konteks yang lebih luas, sertifikasi halal mencerminkan tanggung jawab moral produsen dalam menjaga kehalalan produk sebagai bagian dari etika bisnis islam yang berlandaskan nilai amanah dan kejujuran. Keberadaan sertifikasi halal turut mewujudkan kemaslahatan umum karena produk halal identik dengan aspek kebersihan, keamanan, dan kualitas, sehingga pada akhirnya mampu meningkatkan kepercayaan konsumen serta memperkuat daya saing produk di pasar².

Menurut Hani Tahlani (2023), tujuan sertifikasi halal dapat dijelaskan dalam beberapa aspek utama yaitu:

- a. memberikan jaminan kehalalan produk kepada konsumen, khususnya umat muslim, sehingga terhindar dari keraguan (*syubhat*) dalam mengonsumsi barang.

¹ Ilmiah and Islam, “Sertifikasi Produk Halal Dalam Perspektif Mashlahah Mursalah.”

² Yusuf al-Qaradawi, *Halal dan Haram dalam Islam*, terj. Mu’ammal Hamidy (Surabaya: PT Bina Ilmu, 2003), hlm. 35–40.

- b. meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk, karena label halal tidak hanya mencerminkan aspek religius, tetapi juga menjamin kualitas, kebersihan, dan keamanan.
- c. meningkatkan daya saing perusahaan, di mana produk bersertifikat halal memiliki peluang lebih besar untuk diterima di pasar domestik maupun internasional.
- d. mendorong pelaku usaha untuk menerapkan proses produksi yang sesuai dengan prinsip halal dan *thayyib*, mulai dari bahan baku hingga distribusi. Dengan demikian, sertifikasi halal tidak hanya berfungsi sebagai bentuk kepatuhan terhadap syariat islam, tetapi juga sebagai strategi dalam memperkuat posisi produk dipasar modern³.

sertifikasi halal merupakan instrumen penting yang memiliki implikasi luas bagi perkembangan UMKM, baik dari aspek ekonomi, kualitas produk, maupun kepercayaan konsumen. Berdasarkan kajian Muntholip dan Setiawan (2025), sertifikasi halal terbukti mampu meningkatkan daya saing UMKM melalui peningkatan minat beli dan kepercayaan konsumen terhadap produk yang dihasilkan. Selain fokus pada hubungan antara sertifikasi halal, kualitas produk, dan daya saing, penelitian ini juga dapat dilihat dalam konteks yang lebih luas, yaitu perkembangan industri halal dan tantangan UMKM di era modern. Di Indonesia, sebagai negara dengan mayoritas penduduk muslim, kebutuhan terhadap produk halal terus meningkat. Hal ini menjadikan sertifikasi halal bukan hanya sebagai kewajiban religius, tetapi juga sebagai kebutuhan pasar yang strategis⁴.

2. Kualitas Produk

Kualitas produk adalah kondisi fisik, fungsi dan sifat suatu produk baik barang atau jasa berdasarkan tingkat mutu yang diharapkan seperti durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, reparasi produk serta atribut produk lainnya dengan tujuan memenuhi dan memuaskan kebutuhan konsumen atau pelanggan. Kualitas produk merupakan salah satu kunci persaingan antara pelaku usaha yang ditawarkan kepada konsumen. Konsumen selalu ingin mendapatkan produk yang berkualitas sesuai dengan harga yang dibayar, walaupun terdapat yang berpendapat bahwa produk yang mahal adalah produk yang berkualitas.⁵

Kualitas produk Menurut Kotler dan Armstrong (2008) bahwa kualitas produk adalah salah satu faktor yang paling diandalkan oleh seorang pemasar dalam memasarkan suatu produk. Oentoro (2010) kualitas produk adalah hal yang perlu mendapat perhatian utama dari perusahaan atau produsen, mengingat kualitas suatu produk berkaitan erat dengan kepuasan konsumen, yang merupakan tujuan dari kegiatan pemasaran yang dilakukan perusahaan.⁶

³ Hani Tahliani, "Sertifikasi Halal dan Implikasinya untuk Meningkatkan Daya Saing Perusahaan," *Jurnal Syar'ie*, Vol. 5, No. 1, 2022, hlm. 83.

⁴ Fadhli et al., "Meningkatkan Daya Saing UMKM Melalui Sertifikasi Halal."

⁵ Fatmawati and Soliha, "Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen."

⁶ Angela Mari Ci, "Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Di Golden City Residence Kota Batam."

Menurut Harjadi & Iqbal Arraniri (Assauri, 2021;35) bahwa Faktor faktor yang mempengaruhi Kualitas produk adalah:⁷

- a. Fungsi suatu produk, yaitu fungsi untuk apa produk tersebut digunakan atau dimaksudkan
- b. wujud luar, yaitu faktor wujud luar yang terdapat dalam suatu produk tidak hanya terlihat dari bentuk tetapi warna dan pembungkusnya
- c. Biaya produk bersangkutan, merupakan biaya untuk perolehan suatu barang, misalnya harga barang serta biaya untuk barang sampai kepada pembeli

Menurut Fandy Tjiptono (2016) terdapat 8 indikator kualitas produk yang akan menentukan karakteristik suatu produk: ⁸

- a. Kinerja
produk dilihat dari karakteristik utama yang dimiliki secara fungsional.
- b. Fitur
Fitur merupakan karakteristik sekunder yang mendukung kinerja fungsi utama. contohnya, pada tempe bisa berupa variasi produk seperti tempe dengan ukuran kecil atau besar, tempe yang dibungkus dengan menggunakan plastik atau daun pisang.
- c. Reliabilitas
Reliabilitas atau dapat diandalkan artinya kemampuan produk dapat digunakan berulang kali dengan kemungkinan rusak atau gagal sangat kecil.
- d. Spesifikasi yang sesuai
Kesesuaian produk yang dimaksud yaitu, yaitu antara karakteristik standar kualitas dengan desain yang dibuat. Standar kualitas tersebut biasanya disesuaikan lagi dengan kebutuhan pasar atau pelanggan
- e. Daya Tahan
daya tahan produk dilihat dari seberapa lama produk dapat digunakan konsumen. sebagai contoh, daya tahan tempe terlihat dari berapa lama tempe bisa dikonsumsi sebelum basi. tempe yang baik biasanya tahan 2-3 hari dalam suhu ruang
- f. Ketersediaan Perbaikan
Ketika produk mengalami rusak selama penggunaan, ketersediaan pelayanan perbaikan menjadi indikator yang dipertimbangkan pelanggan
- g. Estetika
Estetika dinilai dari semua hal yang berhubungan dengan panca indera konsumen. Mulai dari model, desain, kesan yang dibangun, hingga konsep keseluruhan suatu produk.
- h. Kualitas yang dirasakan konsumen selama menggunakan produk dan dikaitkan dengan aspek yang relatif, seperti reputasi, citra perusahaan, hingga tanggung jawab perusahaan.

⁷ Magdalena, "PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI TOKO AREI OUTDOOR GEAR CABANG SINTANG."

⁸ RUN System, "Pentingnya Punya 8 Indikator Kualitas Produk Bagi Bisnis."

3. Daya saing UMKM

Usaha Mikro, dan menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian di banyak negara, termasuk Indonesia. Keberlanjutan dan pertumbuhan sektor ini sangat bergantung pada daya saingnya, yang mencerminkan kemampuan UMKM untuk bertahan dan berkembang di tengah persaingan pasar. Daya saing UMKM tidak hanya ditentukan oleh faktor internal, seperti inovasi dan efisiensi operasional, tetapi juga oleh faktor eksternal, seperti regulasi pemerintah dan kondisi pasar global.⁹

Daya saing dalam konteks UMKM tidak hanya ditentukan oleh aspek ekonomi semata, tetapi juga oleh kemampuan pelaku usaha dalam memahami kebutuhan konsumen serta menciptakan kepercayaan pasar. UMKM yang memiliki daya saing tinggi cenderung mampu bertahan dalam kondisi persaingan yang ketat serta memiliki peluang lebih besar untuk berkembang.¹⁰

Daya saing UMKM dipengaruhi berbagai faktor seperti kualitas produk, inovasi, serta kepercayaan konsumen:

a. Pengaruh kualitas produk terhadap daya saing UMKM

Menurut Kotler dan Keller (2007) keunggulan produk merupakan cara perusahaan untuk memenangkan persaingan melalui suatu daya pembeda atau keunikan atribut sehingga dipersepsikan sebagai produk yang memiliki nilai lebih oleh konsumen.

b. Pengaruh inovasi produk terhadap daya saing UMKM

Inovasi dapat dilakukan dalam berbagai bentuk, seperti inovasi produk, kemasan, maupun strategi pemasaran. UMKM yang mampu berinovasi akan lebih mudah menyesuaikan diri dengan perubahan pasar serta kebutuhan konsumen (Anggraeni, 2024).¹¹

c. Pengaruh kepercayaan Konsumen terhadap daya saing UMKM

Kepercayaan konsumen menjadi aspek penting karena dapat mempengaruhi keputusan pembelian serta loyalitas terhadap suatu produk. Dalam hal ini, sertifikasi halal dan kualitas produk menjadi elemen penting dalam membangun kepercayaan konsumen, terutama pada masyarakat yang mayoritas beragama Islam (Muntholip & Setiawan, 2025).¹²

4. Perspektif Ekonomi Syariah

Perspektif ekonomi syariah merupakan sistem ekonomi yang berlandaskan pada prinsip-prinsip Islam yang bertujuan mencapai kesejahteraan (*falah*) melalui keadilan dan kemaslahatan. Dalam praktiknya, ekonomi syariah menekankan bahwa seluruh aktivitas ekonomi harus sesuai dengan prinsip halal dan *thayyib*, termasuk dalam produksi, distribusi, dan konsumsi. Oleh karena itu, keberadaan

⁹ Nuraida Wahyu Sulistyani, Muhammad Heru Akhmadi, Salmi Yuniar Bahri, *MEMBANGUN UMKM BERDAYA SAING*.

¹⁰ Surani, "Kualitas Produk Dan Daya Saing UMKM."

¹¹ Anggraeni, "Inovasi Produk Sebagai Strategi Peningkatan Daya Saing UMKM."

¹² Muntholip, A., & Setiawan, "Sertifikasi Halal Dan Daya Saing UMKM."

sertifikasi halal menjadi bagian penting dalam menjamin kesesuaian aktivitas ekonomi dengan prinsip syariah.

Adapun perspektif ekonomi syariah dalam sertifikasi halal dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Prinsip Maqasid Syariah

Konsep maqasid syariah merupakan dasar utama dalam ekonomi islam. Menurut Adzkiya (2020), maqasid syariah bertujuan menjaga lima aspek utama, yaitu agama, jiwa, akal, dan harta. Dalam konteks sertifikasi halal, prinsip ini diwujudkan melalui jaminan bahwa produk yang dikonsumsi masyarakat aman, halal, dan tidak merugikan. Dengan demikian, sertifikasi halal berperan dalam menciptakan kemaslahatan bagi konsumen¹³.

b. Prinsip Perlindungan Konsumen Dalam Ekonomi Syariah

Dalam ekonomi syariah, perlindungan terhadap konsumen menjadi hal yang sangat penting. Menurut Adesty dkk. (2025), maqasid syariah mengharuskan adanya perlindungan terhadap masyarakat melalui penyediaan produk yang halal dan berkualitas. Sertifikasi halal menjadi alat untuk memberikan kepastian hukum dan kepercayaan kepada konsumen bahwa produk yang dikonsumsi telah sesuai dengan syariat islam¹⁴.

c. Prinsip Keadilan dan Kesejahteraan Ekonomi (Falah)

Ekonomi syariah bertujuan menciptakan kesejahteraan masyarakat secara menyeluruh. Menurut Setiyaningrum (2024), penerapan prinsip maqasid syariah dalam ekonomi diarahkan untuk mencapai keadilan dan kesejahteraan sosial. Dalam hal ini, sertifikasi halal tidak hanya memberikan manfaat bagi konsumen, tetapi juga meningkatkan daya saing pelaku usaha, khususnya UMKM, sehingga mampu berkembang dalam pasar yang lebih luas.

d. Prinsip Nilai Tambah dan Keberkahan dalam bisnis

Selain aspek material, ekonomi syariah juga menekankan nilai spiritual dalam kegiatan bisnis. Menurut Wulandari (2022), aktivitas ekonomi harus memberikan manfaat dunia dan akhirat. Sertifikasi halal memberikan nilai tambah (*value added*) serta keberkahan dalam usaha karena produk yang dihasilkan telah sesuai dengan prinsip syariah, sehingga meningkatkan kepercayaan konsumen dan keberlanjutan usaha.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif yang bertujuan untuk memahami secara mendalam peran sertifikasi halal dan kualitas produk dalam membangun daya saing UMKM dalam perspektif ekonomi syariah. Pendekatan ini dipilih karena mampu menggali fenomena secara langsung

¹³ Hasyim, "Analisis Maqashid Al-Syariah Dalam Sistem Ekonomi Islam Dan Pancasila."

¹⁴ Adesty, "Maqashid Syariah Dalam Perspektif Ekonomi Islam: Konsep, Peran, Dan Implementasi."

berdasarkan kondisi nyata di lapangan, khususnya pada usaha Bakul Tempe Mbak Ayyu di kota Bengkulu yang dijadikan sebagai lokasi penelitian melalui teknik purposive sampling. Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari data primer yang diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi, serta data sekunder yang berasal dari jurnal ilmiah, buku, dan dokumen terkait sertifikasi halal dan UMKM.

TEKNIK PENGUMPULAN DATA

Untuk mengumpulkan data yang akurat dan mendalam, penelitian ini menggunakan tiga teknik utama, yaitu:

- a. wawancara mendalam
wawancara dilakukan secara langsung kepada informan utama yaitu pemilik usaha Bakul Tempe Mbak Ayyu. Wawancara dilakukan secara semi terstruktur agar peneliti tetap memiliki pedoman, namun tetap fleksibel dalam menggali informasi lebih dalam. Penggunaan wawancara mendalam dinilai efektif dalam penelitian kualitatif karena mampu menggali informasi secara komprehensif terkait pengalaman, persepsi, dan strategi pelaku usaha. Hal ini didukung oleh penelitian terbaru yang menyatakan bahwa wawancara mendalam menjadi metode utama dalam memahami perilaku dan keputusan pelaku UMKM, khususnya dalam konteks sertifikasi halal dan daya saing usaha.
- b. Observasi
Observasi dilakukan secara langsung di lokasi usaha untuk mengamati praktik nyata yang berkaitan dengan variabel penelitian, seperti proses produksi tempe, kebersihan dan higienitas tempat produksi, pemilihan bahan baku yang halal, serta kualitas produk yang dihasilkan. Observasi ini bertujuan untuk memastikan kesesuaian antara informasi yang disampaikan dalam wawancara dengan kondisi sebenarnya di lapangan, terutama dalam hal penerapan standar halal dan kualitas produk sebagai faktor pendukung daya saing UMKM.
- c. Dokumentasi
Teknik dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan berbagai bukti pendukung seperti foto kegiatan produksi, catatan usaha, label produk, serta dokumen terkait sertifikasi halal. Dokumentasi ini digunakan untuk memperkuat hasil wawancara dan observasi, sehingga data yang diperoleh menjadi lebih valid.

TEKNIK ANALISIS DATA

- a. Reduksi Data
Reduksi data dilakukan dengan memilih, memusatkan perhatian, menyederhanakan, dan mengelompokkan data yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi sesuai fokus penelitian.
- b. Penyajian Data
Data yang telah direduksi kemudian disajikan dalam bentuk uraian naratif agar memudahkan peneliti dalam memahami fenomena yang diteliti.
- c. Menarik Kesimpulan
Tahap terakhir dilakukan dengan menarik kesimpulan berdasarkan hasil analisis data untuk menjawab rumusan masalah penelitian mengenai peran sertifikasi halal dan kualitas produk dalam membangun daya saing UMKM dalam perspektif ekonomi syariah.

TEKNIK KEABSAHAN DATA

- a. Triangulasi Sumber
Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi yang diperoleh dari pemilik usaha, karyawan, dan konsumen.
- b. Triangulasi Teknik
Triangulasi teknik dilakukan dengan membandingkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi agar data yang diperoleh lebih valid dan terpercaya.

TEKNIK KEABSAHAN DATA

- a. Sertifikasi Halal
Sertifikasi halal merupakan pengakuan resmi terhadap kehalalan suatu produk yang dibuktikan melalui sertifikat halal sesuai ketentuan syariat islam.
- b. Kualitas Produk
Kualitas produk adalah kemampuan produk dalam memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen yang meliputi rasa, kebersihan, keamanan, daya tahan, dan konsistensi produk.
- c. Daya Saing UMKM
Daya saing UMKM merupakan kemampuan usaha dalam mempertahankan dan mengembangkan usahanya melalui keunggulan produk, kualitas pelayanan, dan kepercayaan konsumen.
- d. Perspektif Ekonomi Syariah
Perspektif ekonomi syariah merupakan pandangan ekonomi yang berlandaskan prinsip-prinsip islam seperti halal, amanah, keadilan, dan kemaslahatan dalam kegiatan bisnis dan usaha.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Gambaran Umum Objek Penelitian

Bakul Tempe Mbak Ayyu merupakan salah satu usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) yang bergerak di bidang produksi makanan berbahan dasar kedelai di Kota Bengkulu. Usaha ini memproduksi tempe yang dipasarkan kepada masyarakat sekitar, pedagang pasar, serta beberapa warung makan. Dalam menjalankan usahanya, Bakul Tempe Mbak Ayyu berupaya menjaga kualitas produk melalui pemilihan bahan baku yang baik, proses produksi yang higienis serta menjaga cita rasa produk agar tetap diminati konsumen.

Selain memperhatikan kualitas produk, usaha ini juga mulai memperhatikan aspek kehalalan produk sebagai bentuk tanggung jawab kepada konsumen muslim. Hal tersebut dilakukan karena mayoritas konsumen di Kota Bengkulu merupakan masyarakat muslim yang memiliki perhatian terhadap kehalalan produk yang dikonsumsi. Dengan demikian, sertifikasi halal dan kualitas produk menjadi faktor penting dalam meningkatkan kepercayaan konsumen serta daya saing usaha.

2. Hasil Penelitian

a. Peran Sertifikasi Halal Dalam Membangun Daya Saing UMKM Pada Bakul Tempe Mbak Ayyu di Kota Bengkulu

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik usaha, sertifikasi halal dipandang sebagai bentuk jaminan kepercayaan kepada konsumen bahwa produk yang dijual telah sesuai dengan prinsip syariah islam. Adanya sertifikasi halal memberikan rasa aman bagi konsumen dalam mengkonsumsi produk, terutama karena produk pangan sangat berkaitan dengan aspek kehalalan dan kebersihan. Pemilik usaha menyatakan bahwa keberadaan label halal mampu meningkatkan keyakinan konsumen terhadap produk tempe yang dipasarkan. Selain itu, sertifikasi halal juga memberikan citra positif bagi usaha karena konsumen menilai bahwa produk yang memiliki label halal lebih terjamin kualitas dan kebersihannya dibandingkan produk yang belum memiliki sertifikasi halal.

Hasil observasi menunjukkan bahwa proses produksi tempe dilakukan dengan memperhatikan kebersihan alat, bahan baku, serta proses pengolahan produk. Penggunaan bahan baku kedelai yang berkualitas dan tidak mengandung unsur haram menjadi salah satu bentuk penerapan prinsip halal dalam kegiatan usaha. Dari hasil wawancara dengan konsumen, sebagian besar menyatakan bahwa label halal menjadi salah satu pertimbangan dalam membeli produk makanan. Konsumen merasa lebih percaya terhadap produk yang telah memiliki jaminan halal karena dianggap lebih aman dan sesuai dengan syariat islam.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Abd. Muntholip dan Nanang Setiawan (2025) yang menyatakan bahwa sertifikasi halal berpengaruh positif terhadap minat beli konsumen dan pertumbuhan penjualan UMKM. Sertifikasi halal tidak hanya menjadi bentuk kepatuhan syariah, tetapi juga strategi pemasaran dalam meningkatkan daya saing usaha. (D1

b. Peran kualitas produk dalam membangun Daya Saing UMKM pada Bakul Tempe Mbak Ayyu di Kota Bengkulu

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik usaha, kualitas produk menjadi faktor utama dalam mempertahankan minat konsumen terhadap tempe yang dihasilkan. pemilik usaha menjelaskan bahwa produk dijaga melalui pemilihan bahan baku kedelai yang baik, proses fermentasi yang tepat, serta menjaga kebersihan selama proses produksi. Selain itu, Bakul Tempe Mbak Ayyu juga berupaya mempertahankan cita rasa dan tekstur tempe agar tetap konsisten sehingga konsumen merasa puas dan melakukan pembelian ulang.

Hasil observasi menunjukkan bahwa proses produksi dilakukan secara higienis dengan memperhatikan kebersihan alat produksi, tempat pengolahan, serta kualitas air yang digunakan. produk tempe yang dihasilkan memiliki tekstur yang padat, aroma yang tidak menyengat, dan daya tahan yang cukup baik untuk dipasarkan kepada konsumen. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pelaku usaha telah menerapkan beberapa

indikator kualitas produk seperti kinerja produk, daya tahan, dan kesesuaian standar kualitas sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Berdasarkan hasil wawancara dengan konsumen, menyatakan bahwa mereka memilih produk Bakul tempe Mbak Ayyu karena kualitasnya dianggap lebih baik dibanding produk sejenis. Konsumen menilai tempe yang diproduksi memiliki rasa yang enak dan bertekstur padat dan tahan lama. Selain itu, kualitas produk yang konsisten membuat konsumen merasa percaya dan nyaman untuk terus membeli produk tersebut.

Kualitas produk yang baik memberikan dampak positif terhadap daya saing usaha. Produk yang memiliki kualitas baik akan lebih mudah diterima oleh pasar dan mampu menciptakan loyalitas konsumen. Dalam persaingan usaha yang semakin ketat, kualitas produk menjadi salah satu keunggulan yang dapat membedakan suatu usaha dengan usaha lainnya. Oleh karena itu, peningkatan kualitas produk menjadi strategi penting bagi UMKM untuk mempertahankan keberlangsungan usaha dan meningkatkan jumlah pelanggan.

Dari hasil penelitian ini sejalan dengan teori Kotler dan Armstrong yang menyatakan bahwa kualitas produk merupakan faktor penting dalam menciptakan kepuasan konsumen dan memenangkan persaingan pasar. Selain itu, penelitian ini juga mendukung pendapat Fandy Tjipto (2016) bahwa kualitas produk dapat dilihat dari beberapa indikator seperti kinerja, daya tahan, estetika, dan kualitas yang dirasakan konsumen. Dengan demikian, kualitas produk yang baik dapat menjadi faktor pendukung dalam meningkatkan daya saing UMKM.

3. Peran Sertifikasi Halal dan Kualitas Produk dalam Membangun Daya Saing UMKM dalam Perspektif Ekonomi Syariah

Berdasarkan hasil penelitian, sertifikasi halal dan kualitas produk memiliki hubungan yang saling mendukung dalam meningkatkan daya saing UMKM Bakul tempe Mbak Ayyu di Kota Bengkulu. Sertifikasi halal memberikan jaminan kepada konsumen bahwa produk yang dihasilkan sesuai dengan syariat Islam, sedangkan kualitas produk memberikan kepuasan kepada konsumen melalui rasa, kebersihan, keamanan, dan daya tahan produk. Kombinasi kedua faktor tersebut mampu meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk yang dipasarkan.

Dalam perspektif ekonomi Syariah, kegiatan usaha tidak hanya berorientasi pada keuntungan semata, tetapi juga memperhatikan nilai kejujuran, amanah, dan tanggung jawab kepada konsumen. Penerapan sertifikasi halal dan menjaga kualitas produk merupakan bentuk tanggung jawab pelaku usaha dalam menyediakan produk halal dan thayyib bagi masyarakat. Hal ini sejalan dengan prinsip maqasid syariah yang bertujuan menciptakan kemaslahatan dan melindungi konsumen dari produk yang tidak sesuai dengan syariat Islam.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen lebih percaya terhadap produk yang memiliki label halal dan kualitas yang baik. Kepercayaan tersebut berdampak pada meningkatnya minat beli serta

loyalitas konsumen terhadap produk Bakul Tempe Mbak Ayyu, Selain itu, adanya sertifikasi halal dan kualitas produk yang baik juga memberikan citra positif bagi usaha sehingga mampu meningkatkan posisi usaha dalam persaingan pasar

Dalam ekonomi syariah, usaha yang dijalankan secara halal dan menjaga kualitas produk tidak hanya memberikan keuntungan material, tetapi juga memberikan nilai keberkahan dalam usaha. Pelaku usaha yang menerapkan prinsip syariah dalam kegiatan produksi akan lebih dipercaya oleh konsumen dan memiliki peluang lebih besar untuk mempertahankan keberlangsungan usaha dalam jangka panjang. dengan demikian, sertifikasi halal dan kualitas produk dapat menjadi strategi penting dalam membangun daya saing UMKM yang berlandaskan prinsip ekonomi syariah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan pendapat wulandari (2022) yang menyatakan bahwa sertifikasi halal memberikan nilai tambah dan keberkahan dalam usaha karena produk yang dihasilkan sesuai dengan prinsip syariah. Selain itu, penelitian ini juga mendukung pendapat Muntholip dan Setiawan (2025) bahwa sertifikasi halal dan kualitas produk mampu meningkatkan kepercayaan konsumen serta memperkuat daya saing UMKM di pasar.

DOKUMENTASI KEGIATAN





KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa sertifikasi halal memiliki peran penting dalam membangun daya saing UMKM, khususnya pada Bakul Tempe Mbak Ayyu di Kota Bengkulu. Adanya sertifikasi halal mampu meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk yang dijual karena masyarakat merasa lebih aman dan yakin terhadap kehalalan produk yang dikonsumsi. Selain menjadi bentuk kepatuhan terhadap syariat Islam, sertifikasi halal juga memberikan nilai tambah bagi UMKM dalam menghadapi persaingan usaha yang semakin ketat.

Selain sertifikasi halal, kualitas produk juga menjadi faktor utama dalam mempertahankan dan meningkatkan daya saing usaha. Produk yang memiliki rasa yang baik, kebersihan yang terjaga, bahan baku yang berkualitas, serta konsistensi produk dapat meningkatkan kepuasan konsumen dan mendorong loyalitas pelanggan. Dalam usaha Bakul Tempe Mbak Ayyu, kualitas produk menjadi salah satu alasan konsumen tetap memilih dan membeli produk tersebut dibandingkan produk sejenisnya.

Secara keseluruhan, sertifikasi halal dan kualitas produk saling berkaitan dalam membangun daya saing UMKM dalam perspektif ekonomi syariah. Penerapan prinsip – prinsip syariah seperti kejujuran, amanah, dan tanggung jawab dalam menjalankan usaha tidak hanya memberikan keuntungan secara ekonomi, tetapi juga menciptakan keberkahan dalam bisnis. Oleh karena itu, pelaku UMKM perlu terus meningkatkan kualitas produknya serta memperhatikan aspek kehalalan agar usaha yang dijalankan mampu berkembang dan bertahan di tengah persaingan pasar yang semakin berkembang.

DAFTAR PUSTAKA

- Adesty, Revasyah. "Maqashid Syariah Dalam Perspektif Ekonomi Islam : Konsep , Peran , Dan Implementasi" 3, no. 6 (2025): 274–84.
- Angela Mari Ci, Raymond. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Di Golden City Residence Kota Batam." *JURNAL ILMU: Jurnal Ilmiah Mahasiswa* 3, no. 3 (2023): 3.
- Anggraeni, F. S. "Inovasi Produk Sebagai Strategi Peningkatan Daya Saing UMKM." *Jurnal Ekonomi Syariah*, 2024.
- Fadhli, Khotim, Mar Fahimah, Ita Rahmawati, Nia Aprilia Bisari, Maya Kurnia Saputri, Hanif Fauzan Qodri, and M Hanif Ramadhani. "Meningkatkan Daya Saing UMKM Melalui Sertifikasi Halal" 5, no. 3 (2024).
- Fatmawati, Nurul, and Euis Soliha. "Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen." *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan | Journal of Theory and Applied Management* 10, no. 1 (July 21, 2017): 1. <https://doi.org/10.20473/jmtt.v10i1.5134>.
- Hasyim, Universitas Wahid. "Analisis Maqashid Al-Syariah Dalam Sistem Ekonomi Islam Dan Pancasila," no. 1 (2020): 23–35.
- Ilmiah, Jurnal, and Ekonomi Islam. "Sertifikasi Produk Halal Dalam Perspektif Mashlahah Mursalah" 7, no. 01 (2021): 135–45.
- Magdalena, Lin. "PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI TOKO AREI OUTDOOR GEAR CABANG SINTANG." *FOKUS: Publikasi Ilmiah Untuk Mahasiswa, Staf Pengajar Dan Alumni Universitas Kapuas Sintang* 22, no. 1 (March 4, 2024). <https://doi.org/10.51826/fokus.v22i1.1069>.
- Muntholip, A., & Setiawan, N. "Sertifikasi Halal Dan Daya Saing UMKM." *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 2025.
- Nuraida Wahyu Sulistyani, Muhammad Heru Akhmadi, Salmi Yuniar Bahri, Acep Fatchuroji. *MEMBANGUN UMKM BERDAYA SAING*. Edited by Melvin Mirsal. Royal Suite No. 6C, Jalan Sedap Malam IX, Sempakata Kecamatan Medan Selayang, Kota Medan 20131: PT Media Penerbit Indonesia Royal, 2025.
- RUN System. "Pentingnya Punya 8 Indikator Kualitas Produk Bagi Bisnis." *Runsystem2023indikator*, 2023. <https://runsystem.id/id/blog/indikator-kualitas-produk/>.
- Surani, B. "Kualitas Produk Dan Daya Saing UMKM." *Jurnal PESHUM*, 2025.