

ABSTRAK

Salah satu upaya dalam meningkatkan daya saing suatu usaha yaitu salah satunya dengan mencantumkan label halal pada suatu kemasan produk. Pencantuman label halal pada suatu produk Usaha Kecil, Mikro, dan Menengah (UMKM) sangat berdampak positif terhadap peningkatan daya saing usaha. Karena pada dasarnya, pencantuman labelisasi halal dapat meningkatkan daya saing suatu usaha yaitu sebagai nilai tambah untuk memperluas pasar.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang tergolong dalam penelitian studi kasus. Peneliti menggali informasi dengan menggunakan data primer yang didapat langsung melalui wawancara kepada narasumber. Sedangkan data sekunder yang didapatkan peneliti yaitu dari dokumentasi, jurnal, atau lainnya.

Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwasanya penggunaan labelisasi halal pada kemasan produk UMKM Keripik Pisang UD. Amalia menyebabkan terjadinya peningkatan daya saing usaha karena dapat meningkatkan pangsa pasar, menciptakan kualitas produk yang baik, menciptakan harga bersaing, dapat bersaing dengan UMKM lain, meningkatkan volume penjualan produk dan dapat mengalahkan UMKM dengan kualitas yang sama sehingga dapat meningkatkan suatu daya saing usaha. Labelisasi halal sangat berpengaruh signifikan karena volume penjualan dan omset hasil penjualan keripik pisang tersebut mengalami peningkatan. Selain itu UMKM UD. Amalia ini bisa memiliki daya saing karena saat ini usaha tersebut juga sudah mampu bekerja sama dengan 20 para pelaku usaha atau produsen. Sehingga UMKM UD. Amalia sudah bisa bersaing dengan UMKM lain setelah mencantumkan label halal pada produknya.

Kata Kunci : Peningkatan Daya Saing Usaha, Labelisasi Halal, Produk UMKM

ABSTRACT

One of the efforts to increase the competitiveness of a business is one of them by including a halal label on a product packaging. The inclusion of a halal label on a product of Small, Micro, and Medium Enterprises (MSMEs) has a very positive impact on increasing business competitiveness. Because basically, the inclusion of halal labeling can increase the competitiveness of a business, namely as added value to expand the market.

This research uses qualitative methods which are classified as case study research. Researchers explore information using primary data obtained directly through interviews with informants. While the secondary data obtained by the researcher is from documentation, journals, or others.

The results of this study state that the use of halal labeling on the product packaging of UD Banana Chips SMEs. Amalia causes an increase in business competitiveness because it can increase market share, create good product quality, create competitive prices, can compete with other MSMEs, increase product sales volume and can beat MSMEs with the same quality so as to increase business competitiveness. Halal labeling has a significant effect because the sales volume and turnover from the sale of banana chips has increased. In addition, SMEs UD. Amalia can be competitive because at this time the business has also been able to work with 20 business actors or producers. So that SMEs UD. Amalia has been able to compete with other MSMEs after including the halal label on their products.

Keywords : *Increasing Business Competitiveness, Halal Labeling, MSME Products*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT	vi
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB – LATIN	vii
KATA PENGANTAR.....	ix
MOTTO	xii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	xiii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR BAGAN	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	8
D. Kajian Pustaka.....	9

E. Sistematika Pembahasan.....	12
BAB II LANDASAN TEORI.....	13
A. Daya Saing.....	13
B. Labelisasi Halal	15
C. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).....	18
D. Sistem Jaminan Halal (SJH)	19
BAB III METODE PENELITIAN	21
A. Jenis Penelitian.....	21
B. Tempat atau Lokasi Penelitian.....	22
C. Sumber Data.....	22
D. Teknik Pengumpulan Data	23
E. Teknik Analisis Data	25
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	27
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	27
B. Gambaran Umum UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) Keripik Pisang UD. Amalia.....	30
C. Faktor Pendorong Pemilik Usaha Mencantumkan Label Halal.....	37
D. Manfaat Mempunyai Label Halal pada UMKM UD. Amalia	40
E. Peningkatan Daya Saing Usaha melalui Labelisasi Halal pada Kemasan Produk UMKM Keripik Pisang di UD. Amalia Desa Parsanga Kabupaten Sumenep	44
F. Peningkatan Penjualan Keripik Pisang UMKM UD. Amalia Setelah Menggunakan Label Halal pada Kemasan Produknya.....	54

BAB V PENUTUP	65
A. Kesimpulan	65
B. Saran	66
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	72
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	104

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Kriteria UMKM

Tabel 4.1 Jumlah Penduduk Kabupaten Sumenep menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin, 2020

Tabel 4.2 Bahan Baku Keripik Pisang UMKM UD. Amalia

Tabel 4.3 Peningkatan Penjualan UMKM UD. Amalia Setelah Penggunaan Label Halal per hari

Tabel 4.4 Peningkatan Penjualan UMKM UD. Amalia Setelah Penggunaan Label Halal per bulan

Tabel 4.5 Penjualan Produk Keripik Pisang UMKM UD. Amalia

Tabel 4.6 Penjualan Produk Keripik Pisang UMKM Dela

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Nilai Transaksi E-Commerce di Indonesia (Dalam Triliun Rupiah)

DAFTAR BAGAN

Bagan 4.1 Struktur Organisasi UMKM UD. Amalia

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Hasil wawancara dengan Bapak Misru (Pemilik UMKM UD. Amalia)
- Lampiran 2 : Hasil wawancara dengan Ibu Samsurya (Pemilik UMKM UD. Amalia)
- Lampiran 3 : Hasil wawancara dengan Bapak Taufiq (Anak Pemilik UMKM UD. Amalia)
- Lampiran 4 : Hasil wawancara dengan Ibu Salami (Karyawan UMKM UD. Amalia)
- Lampiran 5 : Hasil wawancara dengan Ibu Misriyani (Karyawan UMKM UD. Amalia)
- Lampiran 6 : Hasil wawancara dengan Ibu Mahyani (Karyawan UMKM UD. Amalia)
- Lampiran 7 : Hasil wawancara dengan Ibu Sus (Pemilik UMKM Keripik Pisang “Dela”)
- Lampiran 8 : Dokumentasi wawancara dengan Bapak Misru (Pemilik UMKM UD. Amalia)
- Lampiran 9 : Dokumentasi wawancara dengan Ibu Samsurya (Pemilik UMKM UD. Amalia)
- Lampiran 10 : Dokumentasi wawancara dengan Bapak Taufiq (Anak Pemilik UMKM UD. Amalia)

- Lampiran 11 : Dokumentasi wawancara dengan Ibu Salami (Karyawan UMKM UD. Amalia)
- Lampiran 12 : Dokumentasi wawancara dengan Ibu Misriyani (Karyawan UMKM UD. Amalia)
- Lampiran 13 : Dokumentasi wawancara dengan Ibu Mahyani (Karyawan UMKM UD. Amalia)
- Lampiran 14 : Dokumentasi wawancara dengan Ibu Sus (Pemilik UMKM Keripik Pisang “Dela”)
- Lampiran 15 : Bahan baku keripik pisang UMKM UD. Amalia
- Lampiran 16 : Produk keripik pisang UMKM UD. Amalia
- Lampiran 17 : Jumlah UMKM yang aktif di Desa Parsanga