

Peran Sertifikasi Halal terhadap Daya Saing UMKM Kuliner di Kabupaten Pasuruan

Nuril Ainiya, Alimatul Farida, Muhammad Nizar

Universitas Yudharta Pasuruan, Indonesia

Email: nurillainiyah511@gmail.com

Abstract

Increasing business competition requires culinary MSMEs to improve their competitiveness. One way to improve MSME performance is by obtaining halal certification. In reality, many culinary business owners still see the halal certificate as just paperwork. Yet this document actually helps build buyer trust and adds selling value to products. Previous research also shows mixed results about how much the halal label affects small business competitiveness. Because of this gap, this research tests the impact of halal certification on culinary MSMEs in Pasuruan Regency. The approach was quantitative with 86 food business owners as respondents. Data were processed in SPSS through validity, reliability, descriptive, simple regression, t-test, and R Square tests. Findings reveal that halal certification has a positive impact on competitiveness. The significance was 0.002, below 0.05, with an effect contribution of 10.9%. indicates that halal certification influences the competitiveness of culinary MSMEs. Therefore, halal certification plays a crucial role in boosting the competitiveness of culinary MSMEs.

Keywords: *Halal Certification, Competitiveness, culinary MSMEs*

ABSTRAK

Persaingan usaha yang semakin ketat menuntut pelaku UMKM kuliner untuk meningkatkan daya saing usahanya. Salah satu langkah yang bisa ditempuh pelaku usaha adalah dengan mengurus sertifikat halal. Faktanya, masih banyak UMKM yang belum mengantongi sertifikat tersebut karena menganggapnya sekadar urusan administrasi saja. Padahal dokumen halal ini justru punya peran penting dalam membangun trust pembeli sekaligus menaikkan nilai jual produk. Dari beberapa studi sebelumnya juga masih pro-kontra soal seberapa besar pengaruh label halal ke daya saing usaha kecil. Karena itulah riset ini mau menguji seberapa besar pengaruh sertifikat halal ke daya saing UMKM kuliner di Pasuruan. Pendekatan yang dipakai kuantitatif dengan 86 responden pemilik usaha kuliner. Data diolah lewat SPSS pake uji validitas, reliabilitas, deskriptif, regresi sederhana, uji t, sampai R Square. Hasilnya, label halal terbukti ngasih pengaruh positif ke daya saing. Signifikansinya 0.002 alias di bawah 0.05, dengan kontribusi sebesar 10.9%. menunjukkan bahwa sertifikasi halal memberikan pengaruh terhadap daya saing UMKM kuliner. Jadi, label halal berperan krusial untuk memperkuat daya saing usaha mikro kuliner.

Kata Kunci: Sertifikasi Halal, Daya Saing, UMKM Kuliner

A. Pendahuluan

Industri halal merupakan salah satu sector ekonomi yang mengalami perkembangan signifikan secara global dalam beberapa decade terakhir. Konsep halal tidak sebatas pada pemenuhan syariat islam saja, cakupannya meluas hingga dimensi kebersihan, keamanan pangan, kualitas produk, dan jaminan mutu. saat ini, Perkembangan industry halal menjangkau beragam sector. Cakupannya tidak hanya sektor makanan dan minuman, tetapi juga merambah industri kosmetik, farmasi, pariwisata, hingga layanan keuangan syariah. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa industri halal telah menjadi bagian penting dalam pengembangan ekonomi syariah modern sekaligus menjadi peluang ekonomi yang potensial di berbagai negara termasuk Indonesia.¹

Sebagai negara berpenduduk muslim terbanyak, Indonesia punya peluang besar untuk mengembangkan sektor industri halal. Untuk mengoptimalkan potensi tersebut, Pemerintah berupaya memperkuat ekosistem halal melalui regulasi, salah satunya Undang – Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. Regulasi tersebut menyatakan bahwa sertifikat halal penting sebagai alat melindungi konsumen dan sekaligus meningkatkan daya saing produk dalam negeri, khususnya bagi pelaku UMKM.²

UMKM memiliki kontribusi besar terhadap perekonomian nasional karena perannya dalam menyerap tenaga kerja dan mendorong pertumbuhan ekonomi nasional. Di antara berbagai sector UMKM, sector kuliner menjadi salah satu sector yang paling berkembang karena berkaitan langsung dengan kebutuhan masyarakat. Namun, tingginya jumlah pelaku usaha kuliner menyebabkan persaingan usaha semakin kompetitif sehingga UMKM perlu membangun keunggulan kompetitif guna menjaga keberlangsungan dan mendorong pertumbuhan usaha di tengah perubahan pasar yang makin pesat.³

Salah satu unsur yang mampu memperkuat daya saing UMKM kuliner adalah kepemilikan sertifikasi halal. Sertifikat halal adalah pengesahan resmi bahwa produk bersangkutan sudah memenuhi ketentuan halal menurut syariat Islam dan ketentuan perundang – undangan. Keberadaan sertifikasi halal dinilai mampu meningkatkan kepercayaan konsumen, memperluas pangsa pasar, dan memberikan nilai tambah terhadap produk yang dipasarkan.⁴

¹ Rakhmawati Antin. Nizar, Muhammad., Fahmul Iltiham, Muhammad., “Meningkatkan Kemampuan Digital Masyarakat Lokal Melalui Pendampingan Pengembangan Transformasi Bisnis Digital.,” *Abdimas Unwahas*, 2023, 41–43.

² A y Syari et al., “Peran Sertifikasi Halal Pada UMKM Dalam Memperkuat Ekonomi Syariah Di Indonesia,” *Journal of Halal Industry Studies* 4, no. 1 (2025): 1–13.

³ Khafid ISMAIL, Miftakhur ROHMAH, and D A PUTRI, Pratama, “Peranan UMKM Dalam Penguatan Ekonomi Indonesia.,” *Jurnal Neraca: Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Ekonomi Akuntansi* 2, no. 7 (2023): 208–17.

⁴ A. Amelia et al., “Sosialisasi Sertifikasi Halal Dan Manajemen Keuangan Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM,” *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat* 2, no. 3 (2024): 485–90.

Berbagai riset terdahulu mengindikasikan adanya korelasi positif antara sertifikasi halal dengan pertumbuhan usaha serta tingkat kepercayaan pembeli. Sejumlah studi juga mengungkap kecenderungan konsumen muslim untuk memprioritaskan produk berlabel halal resmi. Hal ini didasari persepsi bahwa produk tersebut lebih terjamin keamanannya dan kredibilitasnya tinggi. Di sisi lain, keberadaan sertifikasi halal dipandang berkontribusi terhadap penguatan citra merek serta memperkuat posisi usaha dalam kompetisi pasar. Namun, beberapa penelitian lain menunjukkan bahwa pengaruh sertifikasi halal terhadap daya saing UMKM belum sepenuhnya optimal karena masih dipengaruhi faktor lain seperti kualitas produk, strategi pemasaran, inovasi, dan pemanfaatan teknologi digital.⁵

Meskipun kesadaran masyarakat terhadap pentingnya produk halal terus meningkat, tingkat kepemilikan sertifikat halal di golongan UMKM masih tergolong rendah. Banyak pelaku usaha yang menganggap proses sertifikasi halal rumit, membutuhkan biaya yang besar, dan hanya bersifat administratif. Selain itu, rendahnya pemahaman mengenai manfaat ekonomi dari sertifikasi halal menyebabkan sebagian pelaku UMKM belum menjadikan sertifikasi halal sebagai strategi penguatan daya saing usaha.⁶

Di era Transformasi digital membuat persaingan usaha kian rumit. Kondisi ini dipicu oleh bergesernya perilaku konsumsi masyarakat yang kini makin terikat dengan pemanfaatan teknologi dan platform daring. Pada situasi ini, sertifikasi halal bukan cuma jadi penjamin kehalalan, tapi juga taktik pemasaran yang bisa menaikkan minat konsumen di ranah digital.⁷

Pondok Pesantren Ngalah di Kabupaten Pasuruan merupakan salah satu pesantren yang memiliki aktivitas ekonomi cukup berkembang, khususnya pada sector UMKM kuliner. Sebagian besar pelaku usaha di lingkungan pesantren merupakan santri, alumni, maupun masyarakat sekitar yang menjalankan usaha makanan dan minuman. Produk yang dihasilkan pada umumnya telah memenuhi prinsip kehalalan secara bahan dan proses, Akan tetapi, belum sedikit pengusaha yang belum mengantongi sertifikat halal resmi.

Penelitian mengenai sertifikat halal pada UMKM sebenarnya berbagai upaya sudah dijalankan, akan tetapi riset terdahulu cenderung terpusat pada UMKM di kawasan perkotaan atau sector industri modern. Penelitian yang secara khusus membahas pengaruh sertifikasi halal terhadap daya saing UMKM kuliner di lingkungan pesantren masih relative terbatas. Kebaruan

⁵ V Ismail Y, I T Annisa, and A P Roswien, "SERTIFIKASI HALAL PRODUK UNTUK PENINGKATAN DAYA SAING USAHA PADA UMK DI DESA CISEENG," . . *Al-Ihsan :Journal of Community Development in Islamic Studies* 2, no. 3 (2024): 87–89.

⁶ N. Ariska et al., "Beyond Documentation: Understanding Implementation Barriers of Halal Certification Among Micro and Small Enterprises," *Li Falah: Journal of Islamic Economics and Business* 9, no. 1 (2025): 163–84.

⁷ N. Jailani et al., "MSMES MARKET EXPANSION STRATEGY: SYNERGY OF HALAL CERTIFICATION AND DIGITAL MARKETING," *Tadayun: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah* 5, no. 2 (2024): 163–84.

riset ini terletak pada pengujian pengaruh sertifikat halal terhadap daya saing UMKM kuliner. Pengujiannya dilakukan dalam konteks ekonomi pesantren sekaligus menyesuaikan dinamika era digital.

Pendekatan kuantitatif diterapkan dengan instrumen kuesioner sebagai alat pengumpulan data dari responden 86 pelaku UMKM kuliner di lingkungan Pondok Pesantren Ngalah, Kabupaten Pasuruan. Metode analisis datanya mencakup pengujian validitas, reliabilitas, deskripsi data, regresi linear sederhana, uji t, serta koefisien determinasi menggunakan bantuan program SPSS.

Bertolak dari uraian di atas, riset ini bertujuan menguji pengaruh sertifikat halal terhadap daya saing UMKM kuliner. Lokasi penelitian di lingkungan Pondok Pesantren Ngalah, Pasuruan, dengan fokus pada konteks era digital. Secara akademik, kajian ini diharapkan memperkaya literatur ekonomi syariah. Pembahasannya menyoroti fungsi sertifikat halal sebagai strategi untuk mendongkrak daya saing UMKM di tengah perkembangan digital. Di samping itu, riset ini diharapkan bisa jadi acuan untuk pelaku UMKM, pihak pesantren, dan stakeholder lain guna menguatkan pengembangan usaha kuliner berbasis sertifikat halal yang lebih kompetitif serta berkelanjutan.

B. Pembahasan

1. Sertifikasi Halal dalam Perspektif Ekonomi Syariah

Sertifikat halal merupakan pengakuan resmi terhadap produk yang sudah sesuai standar halal menurut Syariah Islam dan regulasi yang berlaku. Dalam kerangka ekonomi syariah, fungsi sertifikat halal tidak terbatas pada pemenuhan aspek religius. Sertifikat ini juga berfungsi sebagai alat perlindungan konsumen sekaligus usaha meningkatkan kualitas produk.

Di Indonesia, aturan sertifikat halal tercantum sesuai Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. Aturan ini mewajibkan setiap produk yang masuk, beredar, atau diperjualbelikan di Indonesia wajib bersertifikat halal. Penyelenggaraan sertifikat halal dijalankan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) bekerja sama dengan Lembaga Pemeriksa Halal (LPH) dan Majelis Ulama Indonesia (MUI). Regulasi ini menegaskan bahwa sertifikasi halal memiliki kekuatan hukum dan menjadi bagian dari sistem perlindungan konsumen secara nasional.⁸

Sertifikat halal meliputi keseluruhan proses produksi, dari tahap pemilihan bahan baku, pengolahan, penyimpanan, distribusi, sampai penyajian produk. Dengan demikian, sertifikasi halal tidak hanya menilai hasil akhir produk, tetapi juga memastikan bahwa

⁸ D. Wahyudi and & Zaka K P., "HALAL CERTIFICATION GUARANTEE AS A CONSUMER PROTECTION EFFORTS," *Journal of Islamic Economic Scholar* 1, no. 1 (2020): 98–112.

seluruh proses usaha telah sesuai dengan standar kehalalan. Ajaran Islam mewajibkan umatnya mengonsumsi makanan halal dan melarang konsumsi yang haram, sesuai dengan perintah Allah SWT dalam Al – Qur'an Surah Al – Baqarah ayat 168:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ
عَدُوٌّ مُبِينٌ * (١٦٨)

Artinya : "Wahai manusia, makanlah sebagian (makanan) di bumi yang halal lagi baik dan janganlah mengikuti langkah – langkah setan. Sesungguhnya ia bagimu merupakan musuh yang nyata." (QS. Al – Baqarah: 168).

Bagi umat Islam, status halal sangat krusial bagi kelangsungan hidup. Konsumsi makanan halal wajib hukumnya, karena halal artinya segala hal yang diperbolehkan syariat untuk dikonsumsi, terutama makanan dan minuman. Sejalan dengan naiknya kesadaran muslim akan pentingnya kehalalan produk, khususnya pangan, kondisi ini turut memengaruhi keputusan pembelian terhadap produk tertentu.⁹

Sertifikat halal berperan krusial dalam Akses yang lebih mudah membuat produk berlabel halal punya kesempatan lebih tinggi untuk masuk ke pasar modern, seperti supermarket, platform *e – commerce*, maupun kerja sama dengan jaringan distribusi yang mensyaratkan kepastian legalitas dan mutu produk. Hal ini dikarenakan label halal memberikan sinyal positif kepada pelaku pasar lain mengenai kualitas dan kepatuhan produk terhadap standar yang diakui, situasi ini membuka kesempatan bagi UMKM memperluas jangkauan pasar serta menaikkan volume penjualan dalam jangka panjang.¹⁰

Secara konseptual, sertifikat halal tidak sebatas kewajiban administratif. Sertifikat ini juga berperan sebagai indikator mutu, bentuk tanggung jawab produsen pada konsumen, serta strategi penguatan citra usaha. Seiring meningkatnya kepedulian konsumen terhadap status halal dan standar mutu produk, sertifikasi halal akan tetap menjadi pendorong utama dalam kompetisi bisnis. Kondisi ini paling terasa di sektor kuliner yang sangat dipengaruhi preferensi konsumen akan keamanan, legalitas, dan nilai etika produk. Karena itu, sertifikat halal dapat dianggap sebagai elemen internal dalam membangun UMKM yang berkelanjutan dan berdaya saing tinggi.¹¹

⁹ Nur Maisaroh et al., "ANALISIS HALAL SUPPLY CHAIN MANAGEMENT DENGAN MENGGUNAKAN MODEL SUPPLY CHAIN OPERATION REFERENCE (SCOR) PADA RUMAH MAKAN D'KREEZPEE PURWOSARI, PASURUAN," *Jurnal Ekonomi Syariah Darussalam* 4, no. 2 (2023): 37–38.

¹⁰ MTopit. Hidayat and Sri. Rahma, Witta, "Halal Certification and Implications for MSMEs: A Systematic Literature Review," *Journal of Business Management and Islamic Banking* 3, no. 1 (2024): 151–66.

¹¹ Salsabila Naufaila, "HALAL CERTIFICATION ASSISTANCE FOR SMES: ENHANCING COMPETITIVENESS AND CONSUMER TRUST," *Musyteri : Jurnal Manajemen, Akuntansi, Dan Ekonomi* 9, no. 1 (2024): 91–100.

2. Konsep Daya Saing UMKM

Daya saing pada dasarnya menggambarkan suatu pelaku usaha untuk bertahan dan unggul dalam persaingan pasar melalui pengelolaan sumber daya yang efektif dan efisien. Sementara itu, UU Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM mendefinisikan UMKM sebagai usaha produktif milik perorangan atau badan usaha perseorangan yang berdiri mandiri. Bisnis ini tidak termasuk anak usaha atau cabang dari perusahaan menengah/besar. Pengelompokannya didasarkan pada total aset dan omzet tahunan, sehingga terbagi atas Usaha Mikro, Usaha Kecil, dan Usaha Menengah. Ketiga kategori tersebut dibedakan lewat batasan kekayaan bersih dan omzet yang telah ditentukan.¹²

Konsep daya saing telah lama menjadi perhatian dalam literature ekonomi dan manajemen strategis. Michael. E Porter 1990 melalui teorinya tentang *Competitive Advantage* menjelaskan bahwa daya saing terbentuk dari dua strategi utama, yakni strategi diferensiasi dan strategi kepemimpinan biaya. Strategi diferensiasi dicapai dengan menciptakan produk yang unik dan bernilai bagi konsumen, sedangkan strategi kepemimpinan biaya berfokus pada efisiensi dalam proses produksi untuk menekan biaya dan meningkatkan margin keuntungan. Kedua strategi tersebut harus diadaptasi oleh pelaku UMKM sesuai dengan kemampuan modal, tenaga kerja, dan kapasitas manajerial yang dimiliki.¹³

Dalam konteks modern, daya saing UMKM semakin dipengaruhi oleh kemampuan inovasi dan pemanfaatan teknologi digital. Arifin menyebutkan bahwa penguasaan akuntansi, orientasi pasar, dan kemampuan berinovasi jadi kunci utama meraih keunggulan kompetitif berkelanjutan bagi UMKM di Indonesia. Inovasi tidak melulu soal produk. Cakupannya meluas ke model bisnis, sistem pelayanan, dan strategi pemasaran digital. Kondisi ini membuktikan UMKM mampu menembus pasar lebih luas sekaligus mendorong efisiensi operasional.¹⁴

Dalam konsep ekonomi nasional, daya saing UMKM memegang peran kunci dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia. Merujuk data Kemenkop UKM 2024, kontribusi UMKM terhadap PDB nasional lebih dari 60,5% dan menyerap kira-kira 97% tenaga kerja nasional. kondisi ini mengindikasikan bahwa penguatan daya saing UMKM tidak

¹² M I. Syairozi and & Azizah L N., "Enhancing SME Competitiveness Through the Implementation of Strategic Management Based on Local Business Innovation," *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan* 13, no. 5 (2025): 3627–2638.

¹³ T. Hidayah and I. Zahdan, Damayanti, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Daya Saing Usaha Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Era Digita," *Journal of Economics Development Research* 1, no. 4 (2025): 160–70.

¹⁴ A. Arifin et al., "Mastery of Financial Accounting and Market Orientation: Driving Competitive Advantage in Indonesian SMEs," *Asian Management and Business Review* 5, no. 2 (2025): 279–96.

hanya berdampak pada keberlangsungan usaha sendiri, tetapi juga menjadi motor penggerak utama pertumbuhan ekonomi nasional.¹⁵

Dalam perspektif ekonomi syariah, daya saing UMKM tidak hanya diukur dari aspek ekonomi semata, tetapi juga mencakup kualitas kerja, profesionalitas, dan tanggung jawab pelaku usaha dalam menjalankan aktifitas bisnis. Nilai – nilai tersebut sejalan dengan ajaran islam yang menekankan pentingnya bekerja secara sungguh – sungguh dan optimal dalam setiap aktifitas ekonomi. Hal ini selaras dengan firman Allah SWT pada Qs. At – Taubah ayat 105:

وَقُلْ اَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللّٰهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ وَسَتُرَدُّونَ اِلٰى عِلْمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ
فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ (١٠٥)

Artinya: “katakanlah (Nabi Muhammad), “Bekerjalah, maka Allah, Rasul – nya, dan orang – orang mukmin akan melihat pekerjaanmu. Kamu akan dikembalikan pada (zat) yang mengetahui yang gaib dan yang nyata. Lalu, dia akan memberitakan kepada kamu apa yang selama ini kamu kerjakan.” (Qs. At – taubah ayat 105).

Ayat tersebut menegaskan bahwa setiap aktifitas usaha harus dilakukan secara maksimal, efisien, dan bertanggung jawab, karena tidak hanya bernilai ekonomi, tetapi juga bernilai ibadah. karena itu, pelaku UMKM perlu meng-upgrade kualitas produk dan efisiensi operasional sebagai bagian dari upaya membangun daya saing usaha yang berkelanjutan.

Dengan begitu, daya saing UMKM adalah konsep multidimensi yang tidak terbatas pada aspek ekonomi saja. Aspek sosial, teknologi, dan etika juga termasuk di dalamnya. UMKM yang mampu bersaing adalah mereka yang mampu menyeimbangkan efisiensi ekonomi dengan inovasi, kualitas, dan tanggung jawab sosial. Dalam perspektif ekonomi syariah, prinsip kehalalan, kejujuran, dan keberlanjutan menjadi fondasi moral yang memperkuat daya saing berkelanjutan ditengah tantangan global.

3. Pengaruh Sertifikasi Halal terhadap Daya Saing UMKM

Sertifikasi halal berperan penting dalam memperkuat posisi kompetitif UMKM kuliner, terutama di pasar yang mayoritas konsumennya beragama Islam. Sertifikasi halal berfungsi sebagai *Market Signal* yang meningkatkan persepsi positif konsumen terhadap keamanan, kebersihan, dan kredibilitas produk. Produk dengan label halal cenderung

¹⁵ S. Rahayu and I. P. G & Diatmika, “Analisis Kapabilitas Pemasaran Dan Orientasi Pasar Terhadap Keunggulan Daya Saing UMKM Seketeng,” *Entrepreneur: Jurnal Bisnis Manajemen Dan Kewirausahaan* 5, no. 3 (2024): 380–87.

lebih dipercaya dan diminati dibandingkan produk tanpa label halal, karena dinilai memehuni standar moral dan hukum Islam.¹⁶

Selain aspek religious, sertifikasi halal juga menjadi strategi bisnis yang efektif. UMKM kuliner yang memiliki sertifikasi halal mengalami peningkatan loyalitas pelanggan serta reputasi merek yang lebih baik. Konsumen menilai produk tersertifikasi halal sebagai produk yang tidak hanya halal secara agama, tetapi juga *Thayyib* (baik secara kualitas dan higienitas). Kondisi ini turut memperkuat citra usaha serta mendongkrak daya saing pada pasar kuliner dengan tingkat kompetisi tinggi.¹⁷

Dalam konteks lokal seperti Pondok Pesantren Ngalah di Kabupaten Pasuruan, hubungan antara sertifikasi halal, daya saing, dan era digital memiliki relevansi yang sangat kuat. Pesantren sebagai lembaga pendidikan Islam tidak sebatas menjadi pusat pembinaan spiritual dan intelektual. Pesantren juga berperan sebagai pusat pemberdayaan ekonomi bagi masyarakat santri.¹⁸

Menurut Yulianan dan Rosyid, upaya penguatan daya saing UMKM tradisional perlu dilakukan melalui dua pendekatan, yakni fasilitas sertifikasi halal dan peningkatan literasi digital. Kedua hal ini terbukti mampu mendorong profesionalitas, memperluas pangsa pasar, dan memperkuat posisi ekonomi daerah. Dengan demikian dalam konteks Pondok Pesantren Ngalah Kabupaten Pasuruan, sertifikasi halal dan era digital bukan hanya instrument ekonomi, melainkan juga bentuk aktualisasi nilai – nilai keislaman dalam praktik bisnis modern.¹⁹

Mengacu hasil penelitian dan pembahasan sebelumnya, terlihat sertifikat halal memegang peran krusial dalam mendongkrak daya saing UMKM kuliner, khususnya si lingkungan Pondok Pesantren Ngalah Kabupaten Pasuruan. Sertifikasi halal tidak hanya menjadi bentuk kepatuhan terhadap prinsip syariah, tetapi juga mampu meningkatkan kepercayaan konsumen, memperkuat citra usaha, serta memberikan nilai tambah bagi produk yang dipasarkan. Di era digital, keberadaan sertifikasi halal juga menjadi salah satu strategi yang dapat mendukung penguatan daya saing UMKM melalui peningkatan legitimasi dan daya Tarik produk ditengah persaingan pasar yang semakin kompetitif.

¹⁶ F. Rahman and H. & Wibowo, “Pengaruh Sertifikasi Halal Terhadap Kepercayaan Dan Daya Saing UMKM Pangan Di Indonesia,” *Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan Indonesia* 23, no. 2 (2023): 101–14.

¹⁷ I. Rachmawati and D. A. & Sari, “Digitalisasi Pemasaran Halal Dan Kepercayaan Konsumen UMKM Kuliner Di Indonesia,” *Jurnal E-Bisnis Dan Kewirausahaan Digital* 6, no. 1 (2024): 17–31.

¹⁸ Alimatul Farida, “Analisis Tingkat Literasi Keuangan Syariah Pada Santri Pondok Pesantren Ngalah,” *Journal of Islamic Economics Studies and Practices* 1, no. 2 (2022): 78–92.

¹⁹ E Yuliana and M. Rosyid, “Peran Kebijakan Pemerintah Dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM Sektor Kuliner,” *Jurnal Administrasi Bisnis Dan Kewirausahaan* 11, no. 3 (2022): 78–92.

C. Kesimpulan

Riset ini bertujuan menguji pengaruh sertifikat halal pada daya saing UMKM kuliner di Pondok Pesantren Ngalah, Kabupaten Pasuruan. Hasil analisis data lewat regresi linear sederhana membuktikan sertifikat halal berdampak positif dan signifikan pada daya saing UMKM kuliner. Bukti empirisnya adalah angka signifikansi $0,002 < 0,05$ serta t hitung 3,200. Di samping itu, koefisien determinasi 10,9% mengindikasikan sertifikat halal berkontribusi pada peningkatan daya saing UMKM kuliner. Sedangkan sisanya dipengaruhi variabel lain di luar model yang dipakai.

Temuan penelitian mengindikasikan sertifikat halal bukan cuma pemenuhan kewajiban syariah. Lebih dari itu, sertifikat ini berperan sebagai strategi bisnis untuk mendongkrak kepercayaan konsumen, memperkuat citra usaha, dan memberikan nilai tambah bagi produk UMKM kuliner. Dalam konteks era digital, sertifikasi halal juga memiliki peran penting sebagai bagian dari penguatan pemasaran dan legitimasi produk ditengah perubahan perilaku konsumen yang semakin memperhatikan aspek kualitas, keamanan, dan legalitas produk.

Riset ini diharapkan memberi kontribusi keilmuan untuk pengembangan ekonomi syariah, terutama pada pengaruh sertifikat halal terhadap daya saing UMKM kuliner di lingkungan pesantren. Di samping itu, temuan riset ini diharapkan bisa dijadikan acuan oleh pelaku UMKM, pihak pesantren, dan pemerintah untuk menguatkan pengembangan usaha kuliner berbasis sertifikat halal yang lebih kompetitif dan berkelanjutan.

untuk riset berikutnya, disarankan menambah variabel lain yang memengaruhi daya saing UMKM, seperti kualitas produk, strategi pemasaran digital, inovasi usaha, dan literasi digital supaya cakupan penelitian lebih luas serta mendalam. Ke depan, riset lanjutan juga bisa memakai metode yang berbeda atau memperluas wilayah penelitian agar hasilnya lebih komprehensif.

penulis mengucapkan alhamdulillah ke hadirat Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya, sehingga penelitian ini dapat rampung dengan baik. peneliti turut berterima kasih kepada orang tua dan keluarga atas doa serta dukungan yang diberikan selama penyusunan penelitian ini.

Terima kasih juga disampaikan kepada dosen pembimbing atas arahan, saran, dan bimbingannya selama riset dan penulisan jurnal. Di samping itu, peneliti juga mengucapkan terima kasih kepada pihak Pondok Pesantren Ngalah Kabupaten Pasuruan serta seluruh pelaku UMKM kuliner yang telah bersedia menjadi responden dan membantu proses pengumpulan data penelitian.

Peneliti mengakui penelitian ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, masukan dan kritik yang membangun sangat diharapkan demi penyempurnaan penelitian selanjutnya.

Referensi

- Amelia, A., N. Nadiya, F. Khaira, and R. K & Darussalam. "Sosialisasi Sertifikasi Halal Dan Manajemen Keuangan Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM." *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat* 2, no. 3 (2024): 485–90.
- Arifin, A., M. Misrah, S. Mujahida, and H. & Abubakar. "Mastery of Financial Accounting and Market Orientation: Driving Competitive Advantage in Indonesian SMEs." *Asian Management and Business Review* 5, no. 2 (2025): 279–96.
- Ariska, N., K. Elwardah, K. Zaki, H. Yustati, and K & Novita Sari. "Beyond Documentation: Understanding Implementation Barriers of Halal Certification Among Micro and Small Enterprises." *Li Falah: Journal of Islamic Economics and Business* 9, no. 1 (2025): 163–84.
- Farida, Alimatul. "Analisis Tingkat Literasi Keuangan Syariah Pada Santri Pondok Pesantren Ngalah." *Journal of Islamic Economics Studies and Practices* 1, no. 2 (2022): 78–92.
- Hidayah, T., and I. Zahdan, Damayanti. "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Daya Saing Usaha Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Era Digital." *Journal of Economics Development Research* 1, no. 4 (2025): 160–70.
- Hidayat, MTopit., and Sri. Rahma, Witta. "Halal Certification and Implications for MSMEs: A Systematic Literature Review." *Journal of Business Management and Islamic Banking* 3, no. 1 (2024): 151–66.
- ISMAIL, Khafid, Miftakhur ROHMAH, and D A PUTRI, Pratama. "Peranan UMKM Dalam Penguatan Ekonomi Indonesia." *Jurnal Neraca: Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Ekonomi Akuntansi* 2, no. 7 (2023): 208–17.
- Ismail Y, V, I T Annisa, and A P Roswiem. "SERTIFIKASI HALAL PRODUK UNTUK PENINGKATAN DAYA SANG USAHA PADA UMK DI DESA CISEENG." . . *Al-Ihsan :Journal of Community Development in Islamic Studies* 2, no. 3 (2024): 87–89.
- Jailani, N., R. Andrean, K. Anwar, and M. A & Gunawan. "MSMES MARKET EXPANSION STRATEGY: SYNERGY OF HALAL CERTIFICATION AND DIGITAL MARKETING." *Tadayun: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah* 5, no. 2 (2024): 163–84.
- Maisaroh, Nur, Alimatul Farida, Abdillah Mundir, and Ifdlolul & Maghfur. "ANALISIS HALAL SUPPLY CHAIN MANAGEMENT DENGAN MENGGUNAKAN MODEL SUPPLY CHAIN OPERATION REFERENCE (SCOR) PADA RUMAH MAKAN D'KREEZPEE PURWOSARI, PASURUAN." *Jurnal Ekonomi Syariah Darussalam* 4, no. 2 (2023): 37–38.
- Naufaila, Salsabila. "HALAL CERTIFICATION ASSISTANCE FOR SMES: ENHANCING COMPETITIVENESS AND CONSUMER TRUST." *Musytari : Jurnal Manajemen, Akuntansi, Dan Ekonomi* 9, no. 1 (2024): 91–100.
- Nizar, Muhammad., Fahmul Iltiham, Muhammad., Rakhmawati Antin. "Meningkatkan Kemampuan Digital Masyarakat Lokal Melalui Pendampingan Pengembangan Transformasi Bisnis Digital." *Abdimas Unwahas*, 2023, 41–43.
- Rachmawati, I., and D. A. & Sari. "Digitalisasi Pemasaran Halal Dan Kepercayaan Konsumen UMKM Kuliner Di Indonesia." *Jurnal E-Bisnis Dan Kewirausahaan Digital* 6, no. 1 (2024): 17–31.
- Rahayu, S., and I. P. G & Diatmika. "Analisis Kapabilitas Pemasaran Dan Orientasi Pasar Terhadap Keunggulan Daya Saing UMKM Seketeng." *Entrepreneur: Jurnal Bisnis Manajemen Dan Kewirausahaan* 5, no. 3 (2024): 380–87.
- Rahman, F., and H. & Wibowo. "Pengaruh Sertifikasi Halal Terhadap Kepercayaan Dan Daya Saing UMKM Pangan Di Indonesia." *Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan Indonesia* 23, no. 2 (2023): 101–14.
- Syairozi, M I., and & Azizah L N. "Enhancing SME Competitiveness Through the Implementation of Strategic Management Based on Local Business Innovation." *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan* 13, no. 5 (2025): 3627–2638.
- Syari, A y, H A Imtinan, G M Yasmin, and F S Wiryanto. "Peran Sertifikasi Halal Pada UMKM

- Dalam Memperkuat Ekonomi Syariah Di Indonesia.” *Journal of Halal Industry Studies* 4, no. 1 (2025): 1–13.
- Wahyudi, D., and & Zaka K P. “HALAL CERTIFICATION GUARANTEE AS A CONSUMER PROTECTION EFFORTS.” *Journal of Islamic Economic Scholar* 1, no. 1 (2020): 98–112.
- Yuliana, E, and M. Rosyid. “Peran Kebijakan Pemerintah Dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM Sektor Kuliner.” *Jurnal Administrasi Bisnis Dan Kewirausahaan* 11, no. 3 (2022): 78–92.