

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Sertifikasi halal pada *Home Industry* Rengginang Akael telah menjadi tonggak penting dalam pengembangan usaha. Proses sertifikasi berjalan lancar berkat kelengkapan dokumen dan kesiapan usaha. Sertifikat halal tidak hanya sebagai bentuk kepatuhan terhadap regulasi, tetapi juga sebagai alat strategis untuk meningkatkan kepercayaan konsumen dan memperluas pasar. Sertifikasi ini telah membentuk budaya kerja yang berorientasi pada kebersihan dan kehalalan di seluruh aspek produksi.

2. Daya Saing Bisnis Pada *Home Industry* Rengginang Akael lebih menonjol dalam dua strategi Porter, yaitu, pada diferensiasi produk: melalui bentuk inovatif seperti, bentuk koin dan stik, kemasan menarik, serta branding lokal “Akael”. Pada strategi fokus: menargetkan konsumen ibu-ibu rumah tangga, khususnya saat momen hari raya.

Namun, strategi cost leadership tidak sepenuhnya relevan karena harga produk Rengginang Akael relatif lebih tinggi dibandingkan pesaing. Harga tinggi dipilih karena mempertahankan kualitas bahan baku seperti ketan dan lorjuk.

3. Peran Sertifikasi Halal Dalam Meningkatkan Daya Saing Bisnis Pada *Home Industry* Rengginang Akael terbukti memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan daya saing. Hal ini tercermin dalam kenaikan omzet sebesar dua kali lipat dibandingkan sebelum bersertifikasi halal, serta perluasan pasar ke luar daerah dan platform digital. Label halal

meningkatkan kepercayaan konsumen, bahkan terhadap produk rumahan, dan menjadi keunggulan kompetitif yang kuat dalam pasar lokal maupun modern.

B. Saran

1. Pemilik usaha disarankan agar menjaga konsistensi dalam penerapan prinsip halal dalam seluruh proses produksi, mulai dari pemilihan bahan baku, pengolahan, hingga pengemasan. Sertifikasi yang telah diperoleh hendaknya jangan hanya dijadikan sebagai kelengkapan administrasi, tetapi juga sebagai budaya kerja yang terus dijaga agar kepercayaan konsumen tetap meningkat. Memaksimalkan pemanfaatan sertifikasi halal sebagai strategi pemasaran.
2. Untuk memperkuat daya saing, pelaku usaha perlu menekankan kualitas premium dalam promosi agar harga tinggi dianggap sepadan oleh konsumen, tingkatkan promosi produk di media sosial, ataupun pada platform digital yang lainnya. Inovasi bentuk produk dan varian rasa memperluas strategi pemasaran berbasis digital, Perluasan distribusi ke e-commerce perlu terus dimaksimalkan serta memperkuat lagi fokus pada segmen pasar utama, seperti ibu rumah tangga dan momen hari besar keagamaan. Dengan langkah ini, diharapkan peningkatan omzet dan daya saing usaha terus berkelanjutan di masa mendatang.
3. Menjaga keseimbangan harga dan kualitas dengan tetap menggunakan bahan baku berkualitas. Pertimbangkan efisiensi pada proses produksi tanpa mengurangi kualitas, sehingga harga produk tetap dapat diterima oleh konsumen.