



COMPETITIVE ADVANTAGE AS A MEDIATION FACTOR THAT INFLUENCES THE SUSTAINABILITY OF HALAL SMEs

Nanang Apriliyanto
Universitas Selamat Sri, Kendal, Indonesia
nanangapr24@gmail.com

<https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v12i2.1564>

Received: Oct 31, 2023 **Revised:** Nop 17, 2023 **Accepted:** Nop 27, 2023 **Published:** Dec 19, 2023

ABSTRACT

In the first quarter of 2022, only ten percent of Indonesia's food and beverage industry has received halal certification. This small percentage means this research aims to support SMEs by investigating the influence of halal certification, entrepreneurial orientation, gaining competitive advantage, and adopting business sustainability. This research is a quantitative type of explanatory research with a population of 485 SMEs in the food and beverage sector in Kendal regency. Meanwhile, the sample used purposive sampling and obtained 200 respondents from SME owners. Structural equation modelling (SEM) is used with the Smart-PLS test tool as an analysis technique. This research's findings show a positive and significant influence between halal certification and entrepreneurial orientation on competitive advantage and business sustainability. Apart from that, competitive advantage positively and significantly influences business sustainability. Competitive advantage can directly mediate the influence between entrepreneurial orientation and halal certification on business sustainability, which shows a positive and significant direction. This research makes a significant academic contribution by investigating the relationship between halal certification, entrepreneurial orientation, and competitive advantage in SME sustainability.

Keywords: business sustainability, competitive advantage, halal certification, entrepreneurial orientation.

KEUNGGULAN KOMPETITIF SEBAGAI MEDIASI FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEBERLANJUTAN UKM HALAL

ABSTRAK

Industri makanan dan minuman di Indonesia pada kuartal pertama 2022 hanya sepuluh persen yang telah mendapatkan sertifikasi halal. Melihat kecilnya persentase tersebut, maka penelitian ini bertujuan untuk mendukung UKM dengan menyelidiki pengaruh antara sertifikasi halal, orientasi kewirausahaan, memperoleh keunggulan kompetitif, dan mengadopsi keberlanjutan usaha. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif jenis *explanatory research* dengan jumlah populasi sebanyak 485 UKM bidang makanan dan minuman di kabupaten Kendal. Sedangkan sampel menggunakan *purposive sampling* dan diperoleh 200 responden dari pemilik UKM. *Structural equation model (SEM)* digunakan sebagai teknik analisis dengan alat uji Smart-PLS. Temuan penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara sertifikasi halal dan orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan kompetitif dan keberlanjutan usaha. Selain itu, terdapat pengaruh positif dan signifikan keunggulan kompetitif terhadap keberlanjutan usaha. Keunggulan kompetitif dapat memediasi langsung pengaruh antara orientasi kewirausahaan dan sertifikasi halal terhadap keberlanjutan usaha yang menunjukkan arah positif dan signifikan. Penelitian ini memberikan kontribusi akademik yang signifikan dengan menyelidiki hubungan antara sertifikasi halal, orientasi kewirausahaan, dan keunggulan kompetitif dalam konteks keberlanjutan UKM.

Kata kunci: keberlanjutan usaha, keunggulan kompetitif, sertifikasi halal, orientasi kewirausahaan.



PENDAHULUAN

Indonesia saat ini fokus pada pengembangan ekonomi berkelanjutan, dan salah satu strategi kuncinya adalah mempromosikan usaha kecil dan menengah (UKM). UKM ini memainkan peran penting dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan (Suminah et al. 2022). Selama krisis ekonomi pada tahun 1998, hanya sektor UKM yang berhasil bertahan dari keruntuhan. UKM memiliki posisi strategis dalam menggerakkan kegiatan ekonomi masyarakat dan menjadi sumber pendapatan sehingga berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan masyarakat (Yuliana and Widowati 2022). Untuk melaksanakan pengembangan usaha harus ada dukungan dari berbagai aspek, misalnya bidang produksi dan pengolahan, pemasaran, sumber daya manusia (SDM), teknologi dan sejenisnya (Apriliyanto and Hidayati 2023). Diantara berbagai macam produk yang ditawarkan UKM, makanan dan minuman merupakan salah satu produk yang lebih menonjol daripada yang lain. Industri makanan dan minuman di Indonesia memberikan kontribusi sebesar 37,77% dari produk domestik bruto (PDB) industri pengolahan non-migas pada kuartal pertama tahun 2022, hal ini menandai pencapaian yang signifikan bagi UKM yang beroperasi di sektor ini (Kemenperin 2022).

Namun dibalik kontribusi UKM industri makanan dan minuman tersebut, UKM industri makanan dan minuman memiliki kontribusi rendah terhadap penggunaan sertifikasi halal, tercatat hanya sekitar 10% UKM sektor ini memiliki sertifikasi halal (Sudarmiati, Anam, and Wafaretta 2020). Mengingat Indonesia memiliki populasi Muslim terbesar di dunia, ada kepentingan yang signifikan untuk memastikan distribusi produk yang aman dan halal (Suminah et al. 2022). Adanya bahan tambahan yang berasal dari berbagai sumber, khususnya ekstraksi berbau hewani, seringkali menimbulkan tercampurnya komponen halal dan non-halal. Campuran bahan ini membahayakan status kehalalan produk. Konsekuensinya, meskipun pelaku usaha mengklaim produknya halal, namun produk yang beredar di masyarakat tidak dapat dijamin kehalalannya. Tantangan ini muncul karena penentuan kehalalan dan kemurnian produk olahan memerlukan kajian multidisiplin dan pengetahuan khusus yang mencakup bidang-bidang seperti ilmu pangan, kimia, biokimia, teknologi industri, biologi, farmasi, dan syariah (Suminah et al. 2022).

Salah satu permasalahan yang dialami oleh pelaku UKM di Indonesia adalah lemahnya kepercayaan konsumen Muslim terhadap produk yang belum tentu aman baginya untuk dikonsumsi, sehingga hal tersebut menjadi salah satu faktor yang menyebabkan kecemasan bagi pelaku UKM dalam menyokong keberlanjutan usahanya. Keberlanjutan usaha sebenarnya dipengaruhi oleh banyak faktor, namun diduga faktor yang memengaruhi keberlanjutan usaha adalah seperti sertifikasi halal, orientasi kewirausahaan, dan keunggulan kompetitif. Penelitian terdahulu mengenai keberlanjutan usaha sudah banyak dilakukan oleh para peneliti seperti Efani and Manzilati (2018); Rumini and Martadiani (2020); Pahlawan, Asbar, and Ernaningsih (2020); Warsim, Titirloloby, and Ambarita (2021); Sihombing, Nurminingsih, and Bakrie (2021); Prihanto and Damayanti (2022); Syafitri and Pramono (2022); Anggraini and Nawawi (2022); Rakhmawati, Rahardjo, and Prakasa (2023), namun penelitian tersebut memiliki kajian faktor yang beragam dan hasil yang berbeda-beda, kemudian tidak ada



satupun yang membahas faktor sertifikasi halal, orientasi kewirausahaan, dan keunggulan kompetitif.

Penelitian terdahulu yang menguji pengaruh sertifikasi halal terhadap keberlanjutan usaha sudah dilakukan oleh Giyanti and Indrasari (2020); Alfarizi (2023), namun penelitian tersebut tidak menguji mengenai orientasi kewirausahaan dan keunggulan kompetitif. Penelitian terdahulu yang menguji pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap keberlanjutan usaha sudah dilakukan oleh Adeline and Slamet (2021), namun penelitian tersebut tidak menguji mengenai sertifikasi halal dan keunggulan kompetitif. Selanjutnya penelitian terdahulu yang menguji pengaruh keunggulan kompetitif terhadap keberlanjutan usaha sudah dilakukan oleh Wijayanti and Hanandia (2022), namun penelitian tersebut tidak menguji mengenai sertifikasi halal dan orientasi kewirausahaan serta tidak menjadikan keunggulan kompetitif sebagai variabel mediasi.

Penelitian terdahulu yang menguji pengaruh sertifikasi halal terhadap keunggulan kompetitif sudah dilakukan oleh Apriliyanto and Hidayati (2023), namun penelitian tersebut tidak membahas mengenai keberlanjutan usaha. Penelitian terdahulu yang menguji pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan kompetitif sudah dilakukan oleh Helia, Farida, and Prabawani (2015); Merakati, Rusdarti, and Wahyono (2017); Rahmadi, Jauhari, and Dewandaru (2020); Utama, Widjaja, and Lego (2020); Apriliyanto and Hidayati (2023), namun penelitian tersebut tidak membahas mengenai keberlanjutan usaha. Berdasarkan fakta literatur yang ada maka dapat dilihat bahwa penelitian ini memiliki posisi yang berbeda dan memiliki kebaruan dari penelitian terdahulu, sehingga menjadi penting untuk dilakukan penelitian lebih lanjut. Oleh sebab itu tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis dan menyelidiki pengaruh antara sertifikasi halal, orientasi kewirausahaan, memperoleh keunggulan kompetitif, dan mengadopsi keberlanjutan UKM bidang makanan dan minuman di kabupaten Kendal, dimana keunggulan kompetitif digunakan sebagai variabel mediasi. Dengan demikian, para pelaku UKM akan mendapatkan kesadaran akan pentingnya sertifikasi halal dan memiliki orientasi kewirausahaan untuk meningkatkan usahanya secara berkelanjutan.

TELAAH LITERATUR

Keberlanjutan Usaha

Keberlanjutan usaha merupakan sebuah proses dari sebuah perusahaan untuk dapat bertahan hidup dan tumbuh dalam sebuah persaingan yang ada pada sebuah industri (Apriliyanto 2022). Prinsip keberlanjutan dalam setiap sudut perkembangan bisnis mampu mendorong pertumbuhan sebuah perusahaan. Keberlanjutan usaha juga memberikan manfaat baik dalam jangka waktu pendek maupun jangka waktu panjang secara berkesinambungan atau konsisten (Albab, Salsabila, and Anshori 2023). Indikator dari keberlanjutan usaha yaitu pendapatan usaha, pertumbuhan usaha, kompetensi, dan kondisi lingkungan usaha (Apriliyanto 2022).

Keunggulan Kompetitif

Keunggulan kompetitif merupakan bentuk kekuasaan yang dapat diperoleh melalui sumber daya suatu perusahaan untuk memperoleh kinerja yang lebih



tinggi dibandingkan perusahaan lain dalam industri atau pasar yang sama (Porter 1985). Keunggulan kompetitif juga dikatakan sebagai hasil dari kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan kekuatan internal untuk merespons peluang di lingkungan eksternal sekaligus menghindari ancaman eksternal dan kelemahan internal (Mooney 2007). Keunggulan kompetitif bukan hanya sekedar hasil akhir, namun lebih mengutamakan sebuah proses yang dinamis. Hal ini karena keunggulan kompetitif berasal dari berbagai aktivitas yang dilakukan perusahaan dalam merancang, memproduksi, memasarkan, mengirimkan, dan mendukung produknya. Pada lingkungan persaingan saat ini, tujuan setiap organisasi adalah memenangkan persaingan dan memperoleh pelanggan baru (Urbancova 2013). Kreativitas, pengetahuan, keterampilan dan kemampuan pribadi, dimungkinkan untuk menghasilkan ide-ide baru dan inovatif yang membantu perusahaan mencapai ketahanan dalam melanjutkan usaha (Aldianto et al. 2021). Keunggulan kompetitif merupakan inti dari kegiatan pemasaran yang dilakukan dalam keadaan kompetitif (Mardiyono 2015). Ini mencakup adopsi strategi yang menguntungkan secara kolaboratif membangun keunggulan kompetitif yang lebih efektif di pasar masing-masing. Tujuan akhir dari keunggulan kompetitif adalah muncul sebagai pemenang dalam lingkungan bisnis, memanfaatkannya sebagai sarana untuk mencapai tujuan organisasi (Apriliyanto and Hidayati 2023). Indikator dari keunggulan kompetitif adalah harga, kualitas, *delivery dependability* dan inovasi (Apriliyanto and Hidayati 2023).

Sertifikasi Halal

Halal mengacu pada standar kualitas yang sesuai dengan hukum Islam, dan berlaku untuk semua praktik Islam (Bohari, Hin, and Fuad 2013). Muslim memilih produk halal sebagai tindakan kepatuhan terhadap hukum Islam (Waharini and Purwantini 2018). Untuk mendapatkan sertifikat halal, perusahaan menjalani serangkaian pemeriksaan untuk memastikan bahwa bahan baku, proses produksi, dan sistem jaminan halal mereka memenuhi standar (Apriliyanto and Hidayati 2023). Auditor yang kompeten melakukan penilaian menyeluruh untuk menentukan status halal. Setelah memenuhi persyaratan halal, produsen menerima sertifikat halal yang mencakup label halal dan nomor registrasi yang ditampilkan pada kemasan produk (Rachmawati 2016). Indikator dari sertifikasi halal adalah kepastian halal, teruji, keaslian sertifikasi, mampu meyakinkan, dan penting dalam memilih (Waharini and Purwantini 2018).

Orientasi Kewirausahaan

Tidak semua orang memiliki sifat kewirausahaan, karena kewirausahaan membutuhkan individu yang dapat mendirikan dan mengelola bisnis secara profesional (Wardhani, Puspitasari, and Mujib 2023). Orientasi kewirausahaan mencakup pengejaran peluang, kemauan untuk mengambil risiko, dan pengambilan keputusan proaktif yang ditunjukkan oleh pemimpin organisasi (Rahmadi, Jauhari, and Dewandaru 2020). Ini berkaitan dengan sistem nilai dalam perusahaan yang menentukan arah atau gerakan strategisnya. Selanjutnya, orientasi kewirausahaan dipersepsikan sebagai kemampuan yang berkontribusi dalam meningkatkan kinerja perusahaan (Yuliana and Widowati 2022). Indikator dari orientasi kewirausahaan adalah percaya kemampuan diri, berani mengambil



resiko, inovatif, proaktif, dan agresif bersaing (Rahmadi, Jauhari, and Dewandaru 2020).

Pengembangan Hipotesis

Konsumen hendaknya dapat menemukan informasi tentang asal produk seperti bahan yang digunakan dan metode pengolahan yang terlibat karena ini berkontribusi pada persyaratan halal (Apriliyanto and Hidayati 2023). Ketiadaan informasi tersebut pada label produk akan mengakibatkan kurangnya kepercayaan konsumen untuk membeli produk tersebut, salah satu hal terpenting lainnya yang dilirik oleh konsumen adalah label halal, hal tersebut dapat meningkatkan daya tarik konsumen dalam membeli produk, sehingga berpengaruh pada proses keberlanjutan usaha yang dimiliki oleh pengusaha. Penelitian yang dilakukan oleh Alfarizi (2023) menunjukkan bahwa sertifikasi halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis berkelanjutan. Hipotesis yang dapat dikembangkan adalah H₁: sertifikasi halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberlanjutan usaha.

Orientasi kewirausahaan merupakan sebuah karakteristik dan nilai yang dianut oleh pemilik usaha, dimana didalamnya harus terselip sikap yang pantang menyerah, berani mengambil resiko, memiliki kecepatan dan memiliki fleksibilitas yang tinggi (Alimudin 2013). Seorang pemilik usaha yang memiliki jiwa kewirausahaan yang tinggi, tentunya akan memikirkan bagaimana usahanya berkembang dan terus bergerak maju melebihi pesaing yang ada. Dengan demikian, orientasi kewirausahaan sebagai langkah sebuah usaha berjalan dengan terus-menerus. Penelitian sebelumnya yang diungkapkan oleh Alimudin (2013) menyatakan bahwa orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh untuk membuat usaha berkelanjutan. Hipotesis yang dapat dikembangkan adalah H₂: Orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberlanjutan usaha.

Sektor makanan dan minuman menunjukkan potensi pasar yang besar (Yusoff et al. 2022). Mengingat Indonesia adalah negara berpenduduk Muslim terbesar di dunia, memperluas industri makanan halal memiliki dua tujuan utama: melindungi konsumen domestik dari produk non-halal dan menghasilkan pendapatan melalui ekspor barang halal (Ratanamaneichat and Rakkarn 2013). Pemerintah Indonesia telah melakukan inisiatif yang signifikan untuk menjadikan Indonesia sebagai World Halal Center pada tahun 2024. Oleh karena itu, jika UKM memasukkan prinsip halal pada produknya, maka dapat menciptakan keunggulan kompetitif. Dengan adanya sertifikasi halal maka suatu produk berpotensi meningkatkan kinerja bisnis (Giyanti and Indrasari 2020). Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Rachmawati (2016); Apriliyanto and Hidayati (2023) mengungkapkan bahwa memperoleh sertifikasi halal memberikan keunggulan kompetitif yang penting dibandingkan pesaing, dan memajukan posisi produk di pasar. Hipotesis yang dapat dikembangkan adalah H₃: Sertifikasi halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif.

Orientasi kewirausahaan sebagai fungsi organisasi yang bertujuan untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan, mengelola hubungan pelanggan, dan menguntungkan baik organisasi maupun pemangku kepentingan. Ini ditandai dengan inovatif, berani mengambil risiko, dan proaktif (Putri, Hidayati, and Basalamah 2020). Di sisi lain, keunggulan kompetitif mengacu pada serangkaian faktor yang membedakan usaha kecil dari



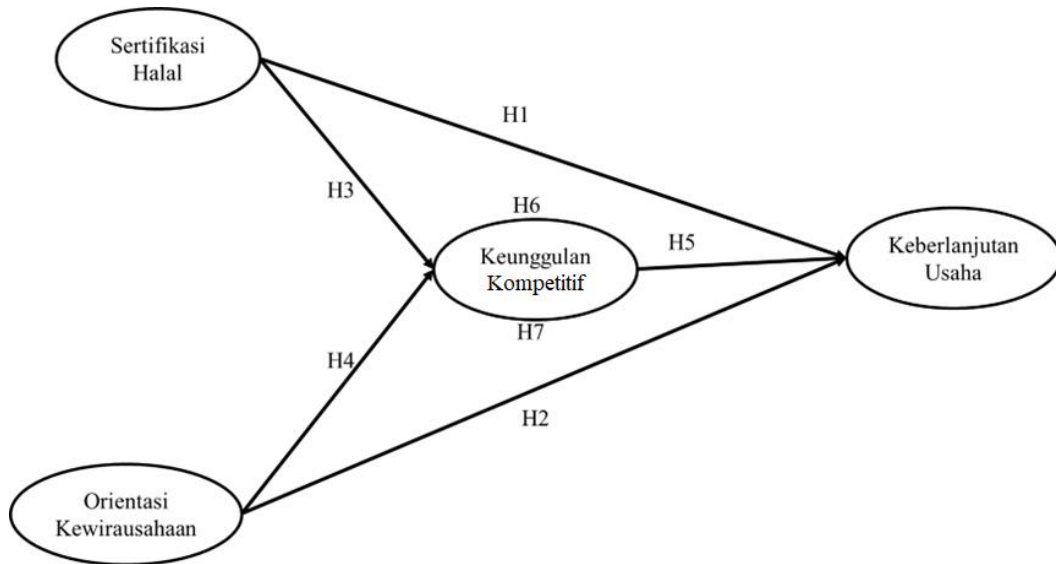
pesaing mereka dan memberi mereka posisi unik di pasar, menghasilkan keunggulan atas pesaing mereka. Oleh karena itu, pelaku usaha yang memiliki keterampilan dan pemahaman kewirausahaan dapat memperoleh keunggulan dalam menghadapi faktor internal dan eksternal UKM, dan memungkinkan mereka mengelola faktor tersebut secara efektif serta menyusun strategi yang membedakan mereka dari pesaing. Penelitian yang dilakukan oleh Lestari, Astuti, and Ridwan (2019); Apriliyanto and Hidayati (2023) menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan memiliki kemampuan untuk mempengaruhi keunggulan kompetitif. Hipotesis yang dapat dikembangkan adalah H₄: Orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif.

Keunggulan kompetitif merupakan ide yang penuh kekuatan akan tetapi yang utama yaitu mengenali keunggulan kompetitif berarti sebagai alat untuk mencapai tujuan itu sendiri (Apriliyanto 2022). Perusahaan atau organisasi yang sepadan bersama-sama untuk terus memperoleh dan memiliki posisi yang lebih tinggi dari pesaing. Tujuannya agar selalu lebih unggul dan dengan mengandalkan strategi yang dimiliki agar dapat menciptakan persaingan yang tinggi. Secara terus menerus melakukan perbaikan dalam setiap tindakan kegiatan usahanya, sehingga mempertahankan keunggulan yang selalu menciptakan persaingan yang semakin kompleks. Penelitian yang dilakukan oleh Apriliyanto (2022) menyajikan bahwa keunggulan kompetitif berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberlanjutan usaha. Hipotesis yang dapat dikembangkan adalah H₅: Keunggulan kompetitif berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberlanjutan usaha.

Sertifikasi halal dipandang penting, hal ini sebagai bentuk tanggung jawab setiap Muslim untuk mengikuti sebaik mungkin norma-norma dan nilai-nilai yang ada pada Al-Quran dan Sunnah dalam kehidupan sehari-hari. Hal tersebut dapat dimanfaatkan sebagai jaminan bagi seorang Muslim dan bagi pengusaha dapat memperoleh hal lebih baik dari para kompetitornya, sehingga hal ini menjadi keunggulan kompetitif yang berkelanjutan karena adanya faktor kepercayaan yang lebih dari pelanggan (Alfarizi 2023). Hipotesis yang dapat dikembangkan adalah H₆: Keunggulan kompetitif dapat memediasi pengaruh sertifikasi halal terhadap keberlanjutan usaha.

Suatu usaha tidak hanya harus memiliki sumber daya yang dimiliki oleh pesaing saja, akan tetapi juga harus memiliki kesenjangan kapabilitas yang berbeda dari pesaing juga dimata konsumen. Dengan kata lain agar sebuah usaha memiliki keunggulan kompetitif yang berkelanjutan, seorang wirausahawan harus memiliki jiwa inovatif, berani mengambil resiko dan memiliki fleksibilitas yang tinggi yang tentunya semua itu merupakan orientasi kewirausahaan yang dimiliki oleh seorang wirausahawan (Alimudin 2013). Hipotesis yang dapat dikembangkan adalah H₇: Keunggulan kompetitif dapat memediasi pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap keberlanjutan usaha.





Gambar 1 Model Penelitian

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif jenis *explanatory research*. Populasi penelitian terdiri dari UKM di Kendal yang berjumlah 485 usaha. Pengambilan sampel dilakukan untuk memilih subset individu untuk berpartisipasi dalam penelitian (Sugiyono 2019). Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*, dengan kriteria warga negara Indonesia yang memiliki KTP kabupaten Kendal, memiliki bisnis makanan dan minuman halal yang tersebar di kabupaten Kendal, dan usaha mampu bertahan selama era pandemik dan setelahnya. Berdasarkan kriteria tersebut, terpilih 200 responden yang merupakan pelaku UKM sektor makanan dan minuman di Kabupaten Kendal. Data primer dikumpulkan langsung oleh peneliti dengan memanfaatkan kuesioner yang disebarakan melalui platform *online*, khususnya Google Forms. Respon kuesioner kemudian diklasifikasikan menggunakan skala Likert yang dimodifikasi untuk memudahkan pengolahan dan analisis data. Skala Likert yang digunakan dalam penelitian ini meliputi Sangat Setuju (5), Setuju (4), Kurang Setuju (3), Sangat Tidak Setuju (2), dan Sangat Tidak Setuju (1). *Structural Equation Modeling* (SEM) digunakan sebagai teknik analisis, dan perangkat lunak SmartPLS digunakan untuk analisis data.

HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

Karakteristik Responden

Karakteristik responden telah ditentukan berdasarkan jenis kelamin, usia pelaku usaha dan lama usaha. Tabel 1 menunjukkan bahwa data responden berdasarkan jenis kelamin pria lebih banyak dari wanita, dimana pria berjumlah sebanyak 113 responden atau 56,5%, sedangkan wanita 87 responden atau 43,5% dari keseluruhan responden. Berdasarkan usia pelaku usaha didominasi oleh usia diatas 51 tahun sebanyak 68 responden atau 34%, usia 21-30 tahun dengan sebanyak 53 responden atau 26,5%, usia 41-50 tahun sebanyak 40 responden atau 20%, usia 31-40 tahun sebanyak 23 responden atau 11,5% dan terakhir usia



dibawah 21 tahun sebanyak 16 responden atau 8% dari keseluruhan responden. Berdasarkan lama usaha didominasi oleh usaha dibawah 1 tahun dengan menunjukkan jumlah 89 responden atau 44,5%, 1-3 tahun sebanyak 46 responden atau 23%, 7-9 tahun sebanyak 28 responden atau 14%, diatas 9 tahun sebanyak 23 responden atau 11,5% dan yang terakhir lama usaha 4-6 tahun sebanyak 14 responden atau 7%.

Tabel 1 Karakteristi Responden

Karakteristik	Frekuensi	Persentase (%)
Jenis Kelamin		
Wanita	87	43,5
Pria	113	56,5
Usia Pelaku Usaha		
Dibawah 21 tahun	16	8
21-30 tahun	53	26,5
31-40 tahun	23	11,5
41-50 tahun	40	20
Diatas 51 tahun	68	34
Lama Usaha		
Dibawah 1 tahun	89	44,5
1-3 tahun	46	23
4-6 tahun	14	7
7-9 tahun	28	14
Diatas 9 tahun	23	11,5

Sumber: data primer (diolah, 2023)

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan melalui *convergent validity* dan *discriminant validity*. *Convergent validity* dinilai dengan memeriksa nilai *outer loading*, jika melebihi 0,70 maka dinyatakan valid (Ghozali 2015). *Diskriminant validity* dapat dinilai dengan menggunakan nilai *Average Variance Extracted (AVE)*, jika berada di atas 0,50 maka dinyatakan valid. Pengujian reliabilitas menggunakan nilai *cronbach's alpha* dan *composite reliability*. Nilai minimum yang dapat diterima untuk *cronbach's alpha* adalah 0,60, sehingga menunjukkan ukuran data yang dapat diandalkan, sedangkan nilai *composite reliability* jika melebihi 0,70, maka data yang dapat diandalkan (Ghozali 2015).

Tabel 2 menunjukkan bahwa *outer loadings* untuk semua indikator pada variabel keberlanjutan usaha, keunggulan kompetitif, orientasi kewirausahaan, dan sertifikasi halal berada di atas 0,70, hal ini menunjukkan bahwa berdasarkan *convergent validity*, data dapat dinyatakan valid. Kemudian nilai *AVE* untuk variabel keberlanjutan usaha, keunggulan kompetitif, orientasi kewirausahaan, dan sertifikasi halal melebihi 0,50, hal ini menunjukkan bahwa berdasarkan *diskriminant validity*, data dapat dinyatakan valid. Dari segi reliabilitas, nilai *cronbach's alpha* untuk variabel keberlanjutan usaha, keunggulan kompetitif, orientasi kewirausahaan, dan sertifikasi halal berada di atas 0,60, hal ini menunjukkan bahwa konsistensi internal yang baik. Selain itu, skor *composite reliability* untuk seluruh variabel besar dari 0,70, yang menunjukkan reliabilitas tinggi. Hasil ini mengkonfirmasi bahwa indikator yang digunakan untuk variabel



keberlanjutan usaha, keunggulan kompetitif, orientasi kewirausahaan, dan sertifikasi halal memenuhi kriteria yang diperlukan untuk validitas dan reliabilitas data.

Tabel 2 Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas

Variabel	<i>Outer Loading</i>	<i>AVE</i>	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Composite Reliability</i>
Keberlanjutan Usaha	0,850	0,705	0,861	0,905
	0,837			
	0,818			
	0,853			
Keunggulan Kompetitif	0,942	0,707	0,865	0,907
	0,748			
	0,941			
	0,704			
Orientasi Kewirausahaan	0,815	0,655	0,867	0,902
	0,837			
	0,741			
	0,810			
Sertifikasi Halal	0,809	0,616	0,844	0,889
	0,782			
	0,738			
	0,809			
	0,785			

Sumber: data primer (diolah, 2023)

Uji R^2

R-Square (R^2) adalah ukuran statistik yang mewakili proporsi varians dalam variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam model regresi. Interpretasi nilai *R-Square* dapat bervariasi tergantung pada konteks dan bidang studi. Dalam konteks yang diberikan, definisi yang telah ditentukan menyatakan bahwa nilai *R-Square* sebesar 0,67 dianggap kuat, 0,33 dianggap sedang, dan 0,19 dianggap lemah. Interpretasi ini menunjukkan sejauh mana variabel independen menjelaskan variasi variabel dependen (Garson 2014).

Tabel 3 Hasil Uji R-Square

Variabel	R^2
Keberlanjutan Usaha	0,556
Keunggulan Kompetitif	0,283

Sumber: data primer (diolah, 2023)

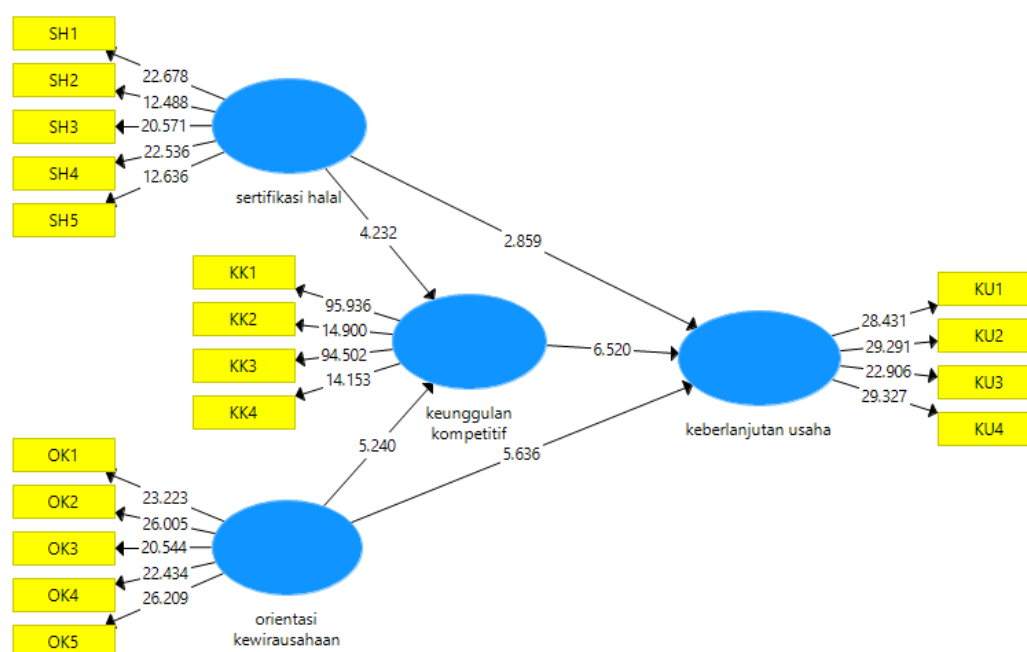
Tabel 3 menunjukkan bahwa *R-Square* yang dilakukan pada variabel keberlanjutan usaha menunjukkan nilai sebesar 0,556, yang menunjukkan bahwa 55,6% varian keberlanjutan usaha dapat dijelaskan oleh keunggulan kompetitif, orientasi kewirausahaan, dan sertifikasi halal dalam penelitian ini, sedangkan varian sisanya dikaitkan dengan variabel lain yang tidak termasuk dalam



penelitian. Nilai *R-Square* ini menunjukkan tingkat penjelasan sedang atau moderat.

Sedangkan uji *R-square* yang dilakukan pada variabel keunggulan kompetitif menunjukkan nilai sebesar 0,283 yang menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan, dan sertifikasi halal dalam penelitian ini dapat menjelaskan 28,3% varians keunggulan kompetitif, selebihnya varians dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian. Nilai *R-square* ini menunjukkan tingkat penjelasan yang relatif lebih kecil.

Uji Hipotesis



Gambar 2 Pengujian Hipotesis

Sumber: data primer (diolah, 2023)

Tabel 4 Hasil Pengujian Hipotesis Dan Specific Indirect Effect

Hipotesis	Original Sample	T-Statistic	P-Values
Sertifikasi Halal → Keberlanjutan Usaha	0,178	2,859	0.004
Orientasi Kewirausahaan → Keberlanjutan Usaha	0,381	5,636	0,000
Sertifikasi Halal → Keunggulan Kompetitif	0,323	4,232	0.000
Orientasi Kewirausahaan → Keunggulan Kompetitif	0,327	5,240	0,000
Keunggulan Kompetitif → Keberlanjutan Usaha	0,383	6,520	0,000
Sertifikasi Halal → Keunggulan Kompetitif → Keberlanjutan Usaha	0,124	3,213	0,001
Orientasi Kewirausahaan → Keunggulan Kompetitif → Keberlanjutan Usaha	0,125	3,911	0,000

Sumber: data primer (diolah, 2023)



Gambar 2 dan Tabel 4 menunjukkan bahwa sertifikasi halal terhadap keberlanjutan usaha memiliki nilai *original sample* 0,178 (positif), T-statistik sebesar $2,859 > T\text{-tabel } 1,96$, dan *P-Value* $0,004 < 0,05$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa sertifikasi halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberlanjutan usaha, sehingga H_1 diterima. Orientasi kewirausahaan terhadap keberlanjutan usaha memiliki nilai *original sample* 0,381 (positif), T-statistik sebesar $5,636 > T\text{-tabel } 1,96$, *P-Value* $0,000 < 0,05$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberlanjutan usaha, sehingga H_2 diterima. Sertifikasi halal terhadap keunggulan kompetitif memiliki nilai *original sample* 0,323 (positif), T-statistik sebesar $4,232 > T\text{-tabel } 1,96$, dan *P-Value* $0,000 < 0,05$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa sertifikasi halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif, sehingga H_3 diterima.

Orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan kompetitif memiliki nilai *original sample* 0,327 (positif), T-statistik sebesar $5,240 > T\text{-tabel } 1,96$, dan *P-Value* $0,000 < 0,05$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif, sehingga H_4 diterima. Keunggulan kompetitif terhadap keberlanjutan usaha memiliki nilai *original sample* 0,383 (positif), T-statistik sebesar $6,520 > T\text{-tabel } 1,96$, *P-Value* $0,000 < 0,05$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa keunggulan kompetitif berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberlanjutan usaha, sehingga H_5 diterima. Keunggulan kompetitif sebagai mediasi pengaruh sertifikasi halal terhadap keberlanjutan usaha memiliki nilai T-statistik sebesar $3,213 > T\text{-tabel } 1,96$, dan *P-Value* $0,001 < 0,05$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa keunggulan kompetitif mampu memediasi pengaruh sertifikasi halal terhadap keberlanjutan usaha, sehingga H_6 diterima. Keunggulan kompetitif sebagai mediasi pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap keberlanjutan usaha memiliki T-statistik sebesar $3,911 > T\text{-tabel } 1,96$, dan *P-Value* $0,000 < 0,05$. Hasil menunjukkan bahwa keunggulan kompetitif mampu memediasi pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap keberlanjutan usaha ditinjau dari, sehingga H_7 diterima.

Sertifikasi Halal Pada Keberlanjutan Usaha

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sertifikasi halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberlanjutan usaha. Hal ini menggambarkan bahwa sertifikasi halal memainkan peran penting dalam meningkatkan keberlanjutan usaha, adanya label sertifikasi halal membuat pembeli merasa aman dan nyaman menikmati produk yang UKM kembangkan terutama bagi umat Muslim karena menjadi daya tarik tersendiri. Sudarmiatin, Anam, and Wafaretta (2020) dalam penelitiannya menjelaskan pentingnya pemanfaatan sertifikasi halal untuk kemajuan usaha ditekankan dalam konteks UKM. Sertifikasi halal merupakan sebuah salah satu label informasi yang dapat dipercayai oleh konsumen kebenarannya, terlebih lagi kesediaan label sertifikasi halal berarti telah mengalami berbagai persyaratan yang selaras dengan hukum Islam. Sehingga dalam hal ini sertifikasi halal membuat konsumen lebih percaya untuk membelanjakan uangnya terhadap produk yang kita miliki, yang artinya produk yang dimiliki UKM tersebut akan lebih laku karena dipercayai dari pada produk pesaing yang belum memiliki sertifikasi halal (Apriliyanto and Hidayati 2023). Lebih lanjut, dengan adanya label sertifikasi halal menjamin kemudahan,



keamanan, keselamatan, dan keyakinan akan ketersediaan produk halal bagi konsumen (Alfarizi 2023). Adanya penjaminan yang ada di produk membuat keberlanjutan bisnis UKM ini semakin baik dan berkembang. Untuk itu partisipasi pemerintah juga diperlukan dalam mempromosikan makanan halal (Masruroh 2020). Sudut pandang hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Alfarizi (2023) yang menyatakan bahwa sertifikasi halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap terhadap kinerja bisnis berkelanjutan.

Orientasi Kewirausahaan Pada Keberlanjutan Usaha

Hasil penelitian menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberlanjutan usaha. Hal ini menggambarkan bahwa orientasi kewirausahaan memainkan peran penting dalam meningkatkan keberlanjutan usaha. Seorang pemilik usaha yang memiliki jiwa kewirausahaan yang tinggi tentunya akan memikirkan bahwa usaha yang dia kembangkan harus terus bergerak dan maju melebihi pesaing yang ada, sehingga dengan demikian, orientasi kewirausahaan sebagai langkah sebuah usaha berjalan dengan terus menerus (Alimudin 2013). Seorang yang memiliki orientasi kewirausahaan yang tinggi akan melakukan pengejaran peluang, kemauan untuk mengambil risiko, dan pengambilan keputusan proaktif untuk mengembangkan usahanya, karena pada dasarnya untuk bertahan hidup sebuah usaha harus mampu memaksimalkan kemampuan diri sesuai dengan kebutuhan pasar (Rahmadi, Jauhari, and Dewandaru 2020). Sudut pandang hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Alimudin (2013); Rahmadi, Jauhari, and Dewandaru (2020) yang menyatakan bahwa orientasi kewirausahaan dapat membuat keberlanjutan sebuah usaha berkembang.

Sertifikasi Halal Pada Keunggulan Kompetitif

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sertifikasi halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif. Hal ini menggambarkan bahwa sertifikasi halal memainkan peran penting dalam meningkatkan keunggulan kompetitif, terutama dalam industri makanan dan minuman. Produk yang membawa sertifikasi halal banyak disukai oleh umat Islam baik secara nasional maupun global. Konsekuensinya, UKM yang bergerak di sektor makanan dan minuman dapat memanfaatkan sertifikasi halal sebagai instrumen penting untuk mencapai kesuksesan dan mendapatkan keunggulan kompetitif. Melihat budaya yang dimiliki oleh orang Indonesia yang mayoritas Muslim, label sertifikasi halal perlu digaungkan pada produk-produk UKM karena menjadi sebuah hal yang menarik karena produk tersebut sudah pasti terjamin kualitasnya karena telah melewati tahapan yang selaras dengan hukum Islam. Lebih lanjut, dengan adanya label sertifikasi halal menjamin kemudahan, keamanan, keselamatan, dan keyakinan akan ketersediaan produk halal bagi konsumen. Sudut pandang ini sejalan dengan temuan Giyanti and Indrasari (2020), yang menyatakan bahwa memperoleh sertifikasi halal untuk suatu produk dapat meningkatkan kinerja bisnis. Hasil ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rachmawati (2016); Apriliyanto and Hidayati (2023) yang menyatakan sertifikasi halal searah dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif.



Orientasi Kewirausahaan Pada Keunggulan Kompetitif

Hasil penelitian menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif. Hal ini menggambarkan bahwa orientasi kewirausahaan juga memainkan peran penting dalam menghasilkan dampak positif pada keunggulan kompetitif. UKM menunjukkan jiwa kewirausahaan tingkat tinggi dengan mendorong inovasi dalam mengembangkan produk baru, yang secara *inheren* melibatkan pengambilan risiko. Semakin efektif inovasi produk maka semakin meningkat kinerja pemasaran (Nurwendi and Haryadi 2022). Kesiapan untuk mengambil risiko adalah sikap kewirausahaan yang mencakup sumber daya investasi dan menghadapi tantangan dengan menerapkan strategi bisnis yang memerlukan ketidakpastian mengenai potensi hasil. Selain itu, agresi mencerminkan tekad pengusaha untuk mengungguli pesaing melalui tindakan tegas dan proaktif. Ini termasuk mengantisipasi kebutuhan masa depan, memperkenalkan produk dan layanan baru di depan persaingan, dan secara aktif membentuk lingkungan bisnis. Perspektif ini konsisten dengan temuan Lestari, Astuti, and Ridwan (2019), yang menyoroti pentingnya perilaku proaktif untuk pengembangan proses baru dan pentingnya agresivitas kompetitif dalam meningkatkan unit bisnis. Dengan mengembangkan aspek-aspek ini, bisnis dapat secara efektif memperoleh keunggulan kompetitif. Keunggulan kompetitif mengacu pada serangkaian faktor unik yang membedakan bisnis kecil dari pesaing mereka, memposisikan mereka secara unik di pasar dan mengungguli pesaing mereka. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Lestari, Astuti, and Ridwan (2019); Apriliyanto and Hidayati (2023) yang menyatakan orientasi kewirausahaan searah dan signifikan terhadap keunggulan kompetitif.

Keunggulan Kompetitif Pada Keberlanjutan Usaha

Hasil penelitian menunjukkan bahwa keunggulan kompetitif berpengaruh positif dan signifikan terhadap keberlanjutan usaha. Hal ini menggambarkan bahwa keunggulan kompetitif juga memainkan peran penting dalam menghasilkan dampak positif pada keberlanjutan usaha. Mengingat persaingan yang ketat diantara dunia usaha saat ini, wirausahawan harus terus memperoleh dan memiliki posisi yang lebih tinggi dengan tujuan agar selalu lebih unggul dan dengan mengandalkan strategi yang dimiliki agar dapat menciptakan persaingan yang tinggi dan secara terus-menerus melakukan perbaikan dalam setiap tindakan kegiatan perusahaannya, sehingga mempertahankan keunggulan yang selalu menciptakan persaingan yang semakin kompleks (Apriliyanto 2022). Dalam pernyataan yang digaungkan oleh Porter (1985) bahwa keunggulan kompetitif sebagai bentuk keunggulan memperoleh kinerja yang lebih tinggi dibandingkan perusahaan lain dalam industri atau pasar yang sama. Sehingga dengan demikian apabila keberlanjutan usaha ingin berjalan terus, setidaknya usaha harus mengalami keunggulan dalam kompetisi. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Apriliyanto (2022) yang menyatakan bahwa keunggulan kompetitif berpengaruh positif terhadap keberlanjutan usaha.



Keunggulan Kompetitif Sebagai Mediasi Pengaruh Sertifikasi Halal Terhadap Keberlanjutan Usaha

Keunggulan kompetitif pada penelitian ini mampu berperan menjadi mediasi pengaruh sertifikasi halal terhadap keberlanjutan usaha. Adanya peran mediasi dari keunggulan kompetitif ini tidak lepas dari peran sertifikasi halal yang sangat dibutuhkan pada dunia usaha saat ini, terutama UKM. Pada dasarnya sertifikasi halal juga sangat berarti untuk perkembangan usaha kedepannya karena telah dipercaya konsumen terutama umat muslim, dalam hal ini produk telah diidentifikasi sebagai produk layak makan dan minum (Alfarizi 2023). Sertifikasi halal juga mampu dijadikan sebagai keunikan yang dimiliki oleh sebuah usaha karena pada dasarnya sertifikasi halal tidak mudah untuk didapat, beberapa tahapan yang harus dilalui oleh produk untuk lolos dalam sertifikasi halal yang sesuai dengan hukum ketetapan yang telah ditetapkan oleh islam. Dengan adanya sertifikasi halal, produk tersebut mampu bersaing dan lebih baik daripada produk pesaing yang belum tersertifikasi halal. Unggul dalam bersaing tersebut menjadikan produk tersebut lebih diminati oleh konsumen sehingga produk tersebut mampu membawa usaha mencapai kinerja yang maksimal.

Keunggulan Kompetitif Sebagai Mediasi Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keberlanjutan Usaha

Keunggulan kompetitif pada penelitian ini juga mampu menjadi mediasi pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap keberlanjutan usaha. Adanya peran mediasi dari keunggulan kompetitif ini tidak lepas dari peran orientasi kewirausahaan yang sangat dibutuhkan perkembangan UKM masing-masing dari pemilik usaha. Para pelaku UKM mampu menunjukkan sebuah inovasi-inovasi dan pemikiran yang unik untuk melanjutkan usaha yang telah mereka jalani (Alimudin 2013). Hakekatnya menjadi pemilik usaha harus mampu menunjukkan kemampuan dalam mengelola secara baik sebuah usaha dengan menunjukkan pegejaran peluang, kemauan untuk mengambil risiko, dan pengambilan keputusan proaktif yang ditunjukkan oleh pelaku UKM agar usaha mampu unggul dari para pesaing. Unggul dalam bersaing tersebut menjadikan produk tersebut lebih diminati oleh konsumen sehingga produk tersebut mampu membawa usaha mencapai kinerja yang maksimal.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa sertifikasi halal dan orientasi kewirausahaan berkontribusi pada peningkatan keberlanjutan usaha dan keunggulan kompetitif. Selain itu, penelitian ini mengungkapkan bahwa sertifikasi halal memiliki pengaruh positif terhadap orientasi kewirausahaan, dan pada tahap mediasi, orientasi kewirausahaan memainkan peran penting dalam memediasi dampak sertifikasi halal terhadap keunggulan kompetitif. Penelitian ini memberikan kontribusi bagi pengembangan dan penyempurnaan teori-teori yang berkaitan dengan keunggulan kompetitif pada produk UKM. Hasilnya juga dapat menjadi landasan untuk penelitian selanjutnya yang meneliti hubungan antara keberlanjutan usaha, keunggulan kompetitif, orientasi kewirausahaan, dan sertifikasi halal.



Temuan penelitian ini memiliki implikasi praktis bagi para praktisi dan pembuat kebijakan. Mereka dapat memanfaatkan penelitian ini untuk mengadvokasi pentingnya sertifikasi halal dan orientasi kewirausahaan dalam meningkatkan keberlanjutan usaha dan keunggulan kompetitif pada produk makanan dan minuman UKM. Selain itu, pembuat kebijakan harus mengatasi masalah tingginya biaya yang terkait dengan memperoleh sertifikasi halal, karena hal ini merupakan hambatan yang signifikan bagi UKM. Sangat penting untuk menemukan solusi yang memungkinkan UKM mengatasi hambatan ini.

Keterbatasan penelitian ini adalah adanya pengambilan lokasi yang masih berada pada kabupaten Kendal saja, belum mampu menyajikan data secara regional. Selain itu hanya menyajikan jenis bisnis makanan dan minuman. Studi selanjutnya didorong untuk memperluas model ini dengan memasukkan jenis bisnis lain seperti kosmetik, obat-obatan, dan barang konsumsi lainnya. Dengan demikian, pemahaman yang lebih komprehensif tentang hubungan antara sertifikasi halal, orientasi kewirausahaan, dan keunggulan kompetitif dapat dikembangkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adeline, Fiera, and Franky Slamet. 2021. "Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Orientasi Bekelanjutan Terhadap Kewirausahaan Berkelanjutan Dengan Kewirausahaan Bricolage Sebagai Mediasi Pada UKM Di Indonesia." *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan* 3 (3): 711–21. <https://doi.org/10.24912/jmk.v3i3.13154>.
- Albab, Abdillah Ulil, Shinta Nuria Salsabila, and Moch. Isa Anshori. 2023. "Sustainable Business Exelance." *Jurnal Ilmiah Dan Karya Mahasiswa* 1 (4): 113–30. <https://jurnal.itbsemarang.ac.id/index.php/JIKMA/article/view/482>.
- Aldianto, Leo, Grisna Anggadwita, Anggraeni Permatasari, Isti Raafaldini Mirzanti, and Ian O. Williamson. 2021. "Toward a Business Resilience Framework for Startups." *Sustainability* 13 (6): 3132. <https://doi.org/10.3390/su13063132>.
- Alfarizi, Muhammad. 2023. "Peran Sertifikasi Halal Dan Kepatuhan Praktik Halal Terhadap Kinerja Bisnis Berkelanjutan: Investigasi Pemodelan Empiris Sektor Umkm Kuliner Nusantara." *Harmoni* 22 (1): 93–116. <https://doi.org/10.32488/harmoni.v22i1.654>.
- Alimudin, Arasy. 2013. "Pengaruh Orientasi Wirausaha Terhadap Keunggulan Bersaing Berkelanjutan Dan Kinerja Pemasaran Usaha Kecil Sektor Perdagangan (Consumer Goods) Di Kota Surabaya." In *Proceeding of International Conference Sustainable Competitive Advantage (SCA)*, 1–10. Purwokerto: Universitas Jenderal Sudirman Purwokerto. <http://jp.feb.unsoed.ac.id/index.php/sca-1/article/view/229>.
- Anggraini, Adisty, and Zuhrinal M. Nawawi. 2022. "Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial, Kreativitas Dan Modal Usaha Terhadap Keberlanjutan Bisnis UMKM Milenial Di Kota Medan." *ManBiz: Journal of Management and Business* 2 (1): 30–45. <https://doi.org/10.47467/manbiz.v2i1.1791>.



- Apriliyanto, Nanang. 2022. "Keunggulan Bersaing Sebagai Mediasi Citra Perusahaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keberlanjutan Usaha." *Journal Economic Insights* 1 (1): 11–24. <https://jei.uniss.ac.id/index.php/v1n1/article/view/25>.
- Apriliyanto, Nanang, and Nanik Hidayati. 2023. "Nexus between Halal Certificate, Competitive Advantage, and Entrepreneurial Orientation of SMEs in Food and Beverage Industry." *Journal of Enterprise and Development (JED)* 5 (Special-Issue-1): 102–15. <https://journal.uinmataram.ac.id/index.php/jed/article/view/7635>.
- Bohari, Abdul Manaf, Cheng Wei Hin, and Nurwahida Fuad. 2013. "The Competitiveness of Halal Food Industry in Malaysia: A SWOT - ICT Analysis." *Geografia: Malaysia Journal of Society and Space* 9 (1): 1–11. <https://ejournal.ukm.my/gmjss/article/view/17805>.
- Efani, Anthon, and Asfi Manzilati. 2018. "Implikasi Sistem Bagi Hasil Terhadap Keberlanjutan Usaha (Studi Kasus Di Tambak Udang, Pantai Bayeman, Probolinggo)." *Jurnal Sosial Ekonomi Kelautan Dan Perikanan* 13 (1): 125–31. <https://doi.org/10.15578/jsekp.v13i1.6860>.
- Garson, G. David. 2014. *Partial Least Squares: Regression and Structural Equation Models*. New York: Statistical Associates Publishers.
- Ghozali, Imam. 2015. *Structural Equation Modelling*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Giyanti, Ida, and Anita Indrasari. 2020. "A Comparative Study of Halal Certification Awareness Between Muslim and Non-Muslim Managers of Food Manufacturing Small Medium Enterprises." In *Proceeding The 5th Asia Future Conference (AFC)*, 1–14. Laguna, Philippines: Asia Future Conference (AFC). <https://www.researchgate.net/publication/345795612>.
- Helia, Renita, Naili Farida, and Bulan Prabawani. 2015. "Pengaruh Orientasi Pasar Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing Melalui Inovasi Produk Sebagai Variabel Antara (Studi Kasus Pada IKM Batik Di Kampung Batik Laweyan, Solo)." *JIAB: Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 4 (4): 281–90. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/9360>.
- Kemenperin. 2022. "Kontribusi Industri Makanan Dan Minuman Tembus 37,77 Persen." *Siaran Pers Kemenperin*. 2022. <https://kemenperin.go.id/artikel/23393/Kontribusi-Industri-Makanan-dan-Minuman-Tembus-37,77-Persen>.
- Lestari, Inda, Miguna Astuti, and Hariyanto Ridwan. 2019. "Pengaruh Inovasi Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing UMKM Kuliner." *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT* 4 (1): 111–18. <http://jrmb.ejournal-feuniat.net/index.php/JRMB/article/view/245>.
- Mardiyono, Aris. 2015. "Pengaruh Orientasi Pasar Dan Pembelajaran Organisasi Terhadap Keunggulan Bersaing Dalam Meningkatkan Kinerja Pemasaran (Tinjauan Teoritis)." *Jurnal Ilmiah Serat Acitya* 4 (1): 48–59. <http://jurnal.untagsmg.ac.id/index.php/sa/article/view/143>.
- Masruroh, Nikmatul. 2020. "The Competitiveness of Indonesian Halal Food Exports in Global Market Competition Industry." *Economica: Jurnal Ekonomi Islam* 11 (1): 25–48.



- <https://doi.org/10.21580/economica.2020.11.1.3709>.
- Merakati, Indah, Rusdarti Rusdarti, and Wahyono Wahyono. 2017. "Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi, Orientansi Kewirausahaan Melalui Keunggulan Bersaing Terhadap Kinerja Pemasaran." *Journal of Economic Education* 6 (2): 114–23. <https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/jeec/article/view/19297>.
- Mooney, Ann. 2007. "Core Competence, Distinctive Competence, and Competitive Advantage: What Is the Difference?" *Journal of Education for Business* 83 (2): 110–15. <https://doi.org/10.3200/JOEB.83.2.110-115>.
- Nurwendi, Wendi, and Didit Haryadi. 2022. "Peran Ambidexterity Organisasi Sebagai Variabel Intervening Dalam Meningkatkan Kinerja Pemasaran UMKM Di Masa Covid-19." *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita* 11 (1): 47–64. <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v11i1.513>.
- Pahlawan, Rizky Yudha, Asbar Asbar, and Ernaningsih Ernaningsih. 2020. "Analisis Dampak Perubahan Iklim Terhadap Keberlanjutan Usaha (Produksi) Garam Rakyat Di Pesisir Kabupaten Jeneponto." *Journal Of Indonesian Tropical Fisheries (Joint-Fish): Jurnal Akuakultur, Teknologi Dan Manajemen Perikanan Tangkap, Ilmu Kelautan* 3 (2): 161–69. <https://doi.org/10.33096/joint-fish.v3i2.75>.
- Porter, Michael E. 1985. *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. New York: Free Press.
- Prihanto, Hendi, and Prisila Damayanti. 2022. "Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Pada Keberlanjutan Usaha Biro Jasa Perjalanan Haji Dan Umrah." *Journal of Management and Business Review* 19 (1): 29–48. <https://doi.org/10.34149/jmbr.v19i1.314>.
- Putri, Lutfiyah Andika, Nur Hidayati, and Ridwan Basalamah. 2020. "Pengaruh Inovasi, Pengambilan Risiko, Reaksi Proaktif Terhadap Kapabilitas Pemasaran Ukm Kuliner Di Kecamatan Lowokwaru Malan." *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen* 9 (3): 64–78. <https://jim.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/6146>.
- Rachmawati, Erny. 2016. "Kajian Hasil-Hasil Penelitian: Mengenal Makanan Halal, Sikap Dan Perilaku Konsumen." In *Prosiding SNaPP: Sosial, Ekonomi Dan Humaniora*, 220–28. Bandung: Universitas Islam Bandung. <https://proceeding.unisba.ac.id/index.php/sosial/article/view/735>.
- Rahmadi, Afif Nur, Tontowi Jauhari, and Bothy Dewandaru. 2020. "Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi Dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Bersaing Pada UKM Di Jalanan Kota Kediri." *JURNAL EKBIS: Analisis, Prediksi, Dan Informasi* 21 (2): 178–88. <https://doi.org/10.30736/je.v21i2.510>.
- Rakhmawati, Antin, Kusdi Rahardjo, and Yudha Prakasa. 2023. "Dampak Kondisi Sosial Ekonomi, Respon Kebijakan Pemerintah Dan Pengaruhnya Terhadap Keberlanjutan Ukm Dan Kinerja Keuangan." *Jurnal Sekretaris & Administrasi Bisnis (JSAB)* 7 (2): 93–110. <https://doi.org/10.31104/jsab.v7i2.352>.
- Ratanamaneichat, Chiratus, and Sakchai Rakkarn. 2013. "Quality Assurance Development of Halal Food Products for Export to Indonesia." *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 88 (October 2013): 134–41. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.08.488>.



- Rumini, Dewa Ayu, and Media Martadiani. 2020. "Peran Literasi Keuangan Sebagai Prediktor Kinerja Dan Keberlanjutan Umkm Di Kabupaten Badung." *Inventory: Jurnal Akuntansi* 4 (1): 53–62. <https://doi.org/10.25273/inventory.v4i1.6300>.
- Sihombing, Nurlela Runiati, Nurminingsih Nurminingsih, and Bachtar Bakrie. 2021. "Pengaruh Penerapan Physical Distancing Dan Strategi Pemasaran Terhadap Keberlanjutan Usaha Pedagang Pada Saat Pandemi COVID-19 Di Lokasi Binaan Munjul Jakarta Timur." *Jurnal Administrasi Dan Manajemen* 11 (2): 125–35. <https://doi.org/10.52643/jam.v11i2.1889>.
- Sudarmiatin, Suparti, Faris Khoirul Anam, and Vega Wafaretta. 2020. "The Intention of Halal Certification by Micro Business." *KnE Social Sciences* 2020 (July): 141–55. <https://doi.org/10.18502/kss.v4i9.7322>.
- Sugiyono, Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suminah, Suminah, Suwanto Suwanto, Sugihardjo Sugihardjo, Sapja Anantanyu, and Dwiningtyas Padmaningrum. 2022. "Determinants of Micro, Small, and Medium-Scale Enterprise Performers' Income during the Covid-19 Pandemic Era." *Heliyon* 8 (7): e09875. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e09875>.
- Syafitri, Endang, and Irena Paramita Pramono. 2022. "Pengaruh Implementasi Intellectual Capital Terhadap Keberlanjutan Usaha Di Masa Pandemi." *JRA: Jurnal Riset Akuntansi* 2 (2): 91–98. <https://doi.org/10.29313/jra.v2i2.1265>.
- Urbancova, Hana. 2013. "Competitive Advantage Achievement through Innovation and Knowledge." *Journal of Competitiveness* 5 (1): 82–96. <https://doi.org/10.7441/joc.2013.01.06>.
- Utama, Louis, Oey Hannes Widjaja, and Yenny Lego. 2020. "Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Keunggulan Kompetitif Pada UKM Industri Kreatif Dengan Kapasitas Inovatif Sebagai Faktor Mediasi Dalam Masa Pandemi Covid-19." *Jurnal Bina Manajemen* 9 (1): 30–43. <https://doi.org/10.52859/jbm.v9i1.113>.
- Waharini, Faqiatul Mariya, and Anissa Hakim Purwantini. 2018. "Model Pengembangan Industri Halal Food Di Indonesia." *Muqtasid: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah* 9 (1): 1–13. <https://doi.org/10.18326/muqtasid.v9i1.1-13>.
- Wardhani, Masitha Fahmi, Diana Puspitasari, and Miftachul Mujib. 2023. "Peran Menanamkan Nilai Kewirausahaan Pada Anak Usia Dini Dalam Menghadapi Revolusi Industri 4.0." *BISECER (Business Economic Entrepreneurship)* 5 (2): 14–22. <https://doi.org/10.61689/bisecer.v5i2.347>.
- Warsim, Warsim, Peter Titirloloby, and Erika Ambarita. 2021. "Loyalitas Petani Tebu Terhadap Keberlanjutan Usaha Tani Tebu Di Cirebon." *Paradigma Agribisnis* 4 (1): 1–10. <https://doi.org/10.33603/jpa.v4i2.5885>.
- Wijayanti, Ajeng, and Dian Fitri Hanandia. 2022. "Pengaruh Personality Traits Dan Competitive Advantage Terhadap Keberlanjutan Usaha Dimoderasi Oleh Social Innovation Orientation." *Owner* 6 (3): 3085–92. <https://doi.org/10.33395/owner.v6i3.1005>.
- Yuliana, Rahmi, and Maduretno Widowati. 2022. "Strategi Pendekatan Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar Dan Pembelajaran Organisasi Dalam



Meningkatkan Kinerja UMKM Makanan Halal Khas Cirebon.” *Jurnal Ilmiah Fokus Ekonomi, Manajemen, Bisnis, & Akuntansi (EMBA)* 1 (2): 151–55.

<https://ejournal.stiepena.ac.id/index.php/fokusemba/article/view/501>.

Yusoff, Hebat Hisham Mohd, Normaz Wana Ismail, Shaufique Fahmi Ahmad Sidique, and Nitty Hirawaty Kamarulzaman. 2022. “Competitive Advantage between Malaysia and World Halal Producers of Ruminant Meat.” *AGRARIS: Journal of Agribusiness and Rural Development Research* 8 (2): 198–214. <https://doi.org/10.18196/agraris.v8i2.11364>.

