

JUDUL : STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM AGAR BERDAYA SAING
DAN MENINGKATKAN KINERJA SEBAGAI PEMAIN DALAM
GLOBAL HALAL INDUSTRY (STUDI KASUS RUMAH KREATIF
BUMN SURABAYA)

Nama : Almas Grisselda

Jurusan/Program Studi: Ilmu Ekonomi / Ekonomi Pembangunan

Pembimbing : Dr. Dra.ec. Hj. Made Siti Sundari, M.Si

Idfi Setyaningrum, S.Si., M.Si.

ABSTRAK

Industri halal muncul sebagai sebuah isu perekonomian dunia untuk menjawab kebutuhan masyarakat baik muslim juga non-muslim yang semakin sadar akan kualitas hingga kehygienisan suatu produk yang dikonsumsi. UMKM yang berperan besar sebagai penopang perekonomian di Indonesia mempunyai potensi yang harus didukung agar berkembang, naik kelas, dan berdaya saing sehingga perluasan pasar baik dalam negeri hingga ekspor dapat dicapai. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi yang dilakukan Rumah Kreatif BUMN Surabaya untuk mendukung industri halal Indonesia khususnya UMKM agar berdaya saing dan meningkatkan kinerjanya sebagai pemain dalam *Global Halal Industry*. Digunakan data primer yang diperoleh dengan metode wawancara yang dilakukan kepada staf Rumah Kreatif BUMN Surabaya dan beberapa UMKM binaannya, serta data sekunder. Penelitian kualitatif dilakukan dengan menginterpretasikan studi kasus pada Rumah Kreatif BUMN Surabaya. Strategi yang dilakukan Rumah Kreatif BUMN Surabaya berfokus pada strategi intensif pengembangan produk, pengembangan pasar, dan penetrasi pasar yang melalui beberapa level pembinaan antara lain *Go Modern*, *Go Digital*, dan *Go Online*. Temuan penelitian menunjukkan bahwa UMKM binaan merasakan adanya dampak positif pada daya saing dan kinerja yang dibuktikan dari kenaikan volume produksi dan omset penjualan. Berdasarkan analisis hasil penelitian, Strategi pengembangan UMKM binaan Rumah Kreatif BUMN Surabaya agar Berdaya Saing dalam *Global Halal Industry* yaitu dengan mengembangkan variasi produk sesuai tren dan permintaan pasar tujuan dengan tetap menjaga kualitas dan kehalalan produk, meningkatkan branding produk dan menetapkan strategi harga pasar, mengembangkan pemasaran secara offline maupun online juga meningkatkan manajemen produksi dan memperkuat modal untuk bersaing dengan industri yang lebih besar khususnya dalam *Global Halal Industry*.

Kata kunci: Daya Saing, *Global Halal Industry*, Kinerja, Strategi, UMKM

TITLE : MSME'S DEVELOPMENT STRATEGY FOR COMPETITIVENESS AND IMPROVING PERFORMANCE AS A PLAYER IN THE GLOBAL HALAL INDUSTRY (CASE STUDY OF RUMAH KREATIF BUMN SURABAYA)

Name : Almas Grisselda

Dicipline/Study Programme: Economics / Development Economics

Contributor : Dr. Dra.ec. Hj. Made Siti Sundari, M.Si
Idfi Setyaningrum, S.Si., M.Si.

ABSTRACT

Halal industry has emerged as an issue in the world economy to answer both Muslims and non-Muslims needs, who are increasingly aware of the quality and hygiene of a product they consume. MSMEs, which play a major role in supporting the economy in Indonesia, have the potential to be supported in order to develop, upgrade, and be competitive so that market expansion can be achieved. This study aims to analyze the strategies of Rumah Kreatif BUMN Surabaya to support the Indonesian halal industry, especially MSMEs to be competitive and improve their performance as players in the Global Halal Industry. Primary data obtained by interviewing staff of Rumah Kreatif BUMN Surabaya and several UMKM assisted, also secondary data. Qualitative research is conducted by interpreting a case study at Rumah Kreatif BUMN Surabaya. The strategy carried out focuses on intensive strategies for product development, market development, and market penetration through Go Modern, Go Digital, and Go Online programs. The research findings show that the assisted MSMEs feel a positive impact on competitiveness and performance as evidenced by the increase in production volume and sales turnover. Based on results of the research, the strategy in developing MSMEs of Rumah Kreatif BUMN Surabaya to be Competitive in the Global Halal Industry is by developing product variations according to the trends and demands of the destination market while maintaining the quality and halalness of the product, increasing product branding and establishing a market price strategy, developing marketing offline and online, also improve production management and strengthen capital to compete with larger industries especially in the Global Halal Industry.

Keywords: *Competitiveness, Global Halal Industry, MSMEs, Performance, Strategy*