**An-Najah: Journal of Islamic Economics**
**Volume 1, Nomor 1, Oktober 2025,**

https://jurnal.almaidah.or.id/index.php/JNIE/en

# Kontribusi Inovasi dan Sertifikasi Produk dalam Penguatan Daya Saing Ekspor Dimsum Frozen Indonesia

**Hendra, Kinaiya Damayanti, Diyas Akhiru Damara, Kartika Handayani, Devi Lestari, Arief Pranata**

**Abstrak**

*Dalam era globalisasi, daya saing ekspor menjadi kunci keberhasilan produk Indonesia dalam menembus pasar internasional. Dimsum frozen sebagai salah satu produk olahan pangan memiliki potensi besar untuk dikembangkan menjadi komoditas ekspor unggulan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran inovasi dan sertifikasi produk dalam meningkatkan daya saing ekspor dimsum frozen Indonesia. Metode penelitian yang digunakan adalah studi pustaka (literature review) dengan menelaah berbagai sumber ilmiah yang relevan. Hasil kajian menunjukkan bahwa inovasi berperan penting dalam menciptakan nilai tambah melalui pengembangan cita rasa khas lokal, desain kemasan yang menarik, serta penerapan teknologi pengolahan yang higienis dan efisien. Sementara itu, sertifikasi produk seperti Halal, HACCP, ISO 22000, dan BPOM menjadi faktor penting untuk menjamin keamanan, mutu, dan kepercayaan konsumen global. Kombinasi antara inovasi dan sertifikasi membentuk sinergi strategis yang memperkuat posisi dimsum frozen Indonesia di pasar internasional. Dengan demikian, penerapan inovasi berkelanjutan dan kepatuhan terhadap standar sertifikasi internasional menjadi langkah strategis dalam meningkatkan daya saing ekspor produk pangan olahan nasional..*

**Kata Kunci:** *inovasi produk, sertifikasi, daya saing ekspor, dimsum frozen, Indonesia*

***Abstract***

*In the era of globalization, export competitiveness has become a key factor for Indonesia's success in entering the international market. Frozen dimsum, as one of Indonesia's processed food products, holds great potential to become a leading export commodity. This study aims to analyze the role of product innovation and certification in enhancing the export competitiveness of Indonesian frozen dimsum. The research method used is a literature review, examining various relevant scientific sources. The findings show that innovation plays an important role in creating added value through the development of unique local flavors, attractive packaging design, and the application of efficient and hygienic processing technology. Meanwhile, product certifications such as Halal, HACCP, ISO 22000, and BPOM are essential in ensuring product safety, quality, and global consumer trust. The combination of innovation and certification forms a strategic synergy that strengthens the position of Indonesian frozen dimsum in international markets. Therefore, implementing continuous innovation and complying with international*

*certification standards are strategic steps to improve the export competitiveness of national processed food products.*

**Keywords**: *product innovation, certification, export competitiveness, frozen dimsum, Indonesia*

## A. PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi dan perdagangan bebas, daya saing produk menjadi faktor kunci bagi keberhasilan suatu negara dalam menembus pasar internasional. Indonesia, sebagai negara dengan potensi sumber daya alam dan kreativitas kuliner yang melimpah, memiliki peluang besar untuk memperluas ekspor produk olahan makanan, termasuk dimsum *frozen*. Dimsum, yang awalnya dikenal sebagai makanan khas Tiongkok, kini telah mengalami adaptasi cita rasa dan bentuk sesuai dengan preferensi konsumen lokal maupun global. Namun, di tengah ketatnya persaingan industri pangan beku dunia, produk dimsum Indonesia masih menghadapi tantangan dalam hal standar mutu, inovasi produk, dan sertifikasi yang diakui secara internasional.

Inovasi produk menjadi elemen penting dalam meningkatkan nilai tambah dan diferensiasi dimsum *frozen* Indonesia di pasar ekspor. Melalui inovasi, pelaku usaha dapat menciptakan varian rasa baru, kemasan yang lebih menarik, serta teknologi pengolahan yang mempertahankan kualitas dan keaslian rasa. Selain itu, penerapan sertifikasi produk seperti Halal, HACCP, ISO 22000, dan BPOM berperan penting dalam membangun kepercayaan konsumen global terhadap keamanan dan kualitas produk makanan olahan Indonesia. Sertifikasi tidak hanya menjadi bukti kepatuhan terhadap standar internasional, tetapi juga menjadi strategi pemasaran yang efektif dalam memperluas akses pasar ke negara-negara tujuan ekspor (Riana, 2024).

Oleh karena itu, penelitian ini berfokus pada bagaimana inovasi dan sertifikasi produk berperan dalam meningkatkan daya saing ekspor dimsum *frozen* Indonesia. Dengan memahami keterkaitan antara kreativitas dalam pengembangan produk dan penerapan standar mutu global, diharapkan hasil kajian ini dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan strategi ekspor produk pangan olahan nasional agar mampu bersaing secara berkelanjutan di pasar internasional.

## B. KAJIAN TEORI

### 1. Inovasi Produk

Inovasi produk merupakan salah satu faktor utama dalam meningkatkan daya saing suatu produk di pasar global. Menurut Kotler & Keller (2016), inovasi adalah proses menciptakan sesuatu yang baru atau memodifikasi produk yang sudah ada untuk memberikan nilai tambah kepada konsumen. Dalam konteks industri pangan, inovasi dapat berupa pengembangan rasa, bentuk, kemasan, atau metode pengolahan yang lebih efisien dan higienis. Inovasi juga berfungsi sebagai strategi diferensiasi yang membedakan produk lokal dari produk sejenis di pasar ekspor (Utami & Hartati, 2023). Produk dimsum *frozen* Indonesia dapat memperkuat daya saingnya melalui inovasi resep yang menggabungkan bahan lokal (seperti udang, ayam, jamur, atau rempah khas Indonesia), serta melalui kemasan yang lebih ramah lingkungan dan menarik secara visual. Menurut Asfar et al. (2024) inovasi pada produk pangan lokal mampu meningkatkan nilai tambah

dan daya saing, karena konsumen global kini lebih memperhatikan kualitas, keaslian cita rasa, serta keberlanjutan produk. (Andi Hasryningsih Asfara, 2025)

**2. Sertifikasi Produk**

Sertifikasi produk adalah pengakuan resmi terhadap kesesuaian suatu produk dengan standar mutu tertentu, baik nasional maupun internasional. Menurut ISO (International Organization for Standardization), sertifikasi menjamin bahwa produk telah memenuhi persyaratan keamanan, mutu, dan keandalan yang telah ditetapkan. Dalam konteks ekspor makanan beku seperti dimsum, sertifikasi seperti **Halal, HACCP, ISO 22000, dan izin edar BPOM** menjadi faktor penting untuk memastikan produk dapat diterima di pasar global. Sudibyo et al. (2025) menegaskan bahwa implementasi sertifikasi halal dan standarisasi pangan meningkatkan kepercayaan konsumen, memperkuat citra produk, serta menjadi nilai jual strategis dalam perdagangan internasional.

**3. Daya Saing Ekspor**

Daya saing ekspor dapat diartikan sebagai kemampuan suatu negara atau perusahaan untuk mempertahankan dan memperluas pangsa pasarnya di pasar internasional (Porter, 1990). Faktor utama yang memengaruhi daya saing meliputi kualitas produk, efisiensi produksi, inovasi, dan kemampuan memenuhi standar internasional. Menurut Sholiha et al. (2024), dalam konteks produk makanan olahan beku, daya saing ekspor ditentukan oleh kombinasi antara inovasi produk dan kepatuhan terhadap standar sertifikasi internasional. Produk dengan kualitas tinggi, bersertifikasi halal, dan memiliki inovasi cita rasa yang unik akan lebih mudah menembus pasar global seperti Timur Tengah, Eropa, dan Asia.

Inovasi dan sertifikasi produk memiliki hubungan sinergis dalam membangun daya saing ekspor. Inovasi berperan dalam meningkatkan nilai tambah dan daya tarik produk, sedangkan sertifikasi memberikan jaminan mutu dan keamanan yang menjadi syarat utama diterimanya produk di pasar global. Keduanya menjadi fondasi penting agar produk seperti dimsum frozen Indonesia mampu bersaing dan bertahan di tengah persaingan industri pangan beku internasional.

## C. METODE PENELITIAN

Menurut Sugiyono (2019), metode penelitian merupakan cara ilmiah yang digunakan untuk memperoleh data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Cara ilmiah berarti kegiatan penelitian didasarkan pada ciri-ciri keilmuan, yaitu rasional, empiris, dan sistematis. Penelitian yang rasional berarti kegiatan penelitian dilakukan dengan cara yang masuk akal dan dapat dijelaskan secara logis; empiris artinya dapat diamati oleh indra manusia; dan sistematis berarti proses penelitian dilakukan melalui langkah-langkah tertentu yang teratur dan logis.

Metode penelitian yang digunakan dalam artikel ini adalah metode studi pustaka (literature review). Pendekatan ini dilakukan dengan menelaah berbagai sumber ilmiah seperti jurnal nasional, pendapat para ahli, serta laporan penelitian yang relevan dengan topik peran inovasi dan sertifikasi produk dalam meningkatkan daya saing ekspor dimsum *frozen* Indonesia. Data yang dikumpulkan berasal dari publikasi ilmiah yang membahas konsep inovasi produk, sertifikasi pangan, dan daya saing ekspor. Analisis dilakukan secara deskriptif kualitatif, yaitu dengan mengidentifikasi, membandingkan, dan mensintesis hasil-hasil penelitian sebelumnya untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai hubungan antara inovasi, sertifikasi, dan peningkatan daya saing ekspor produk pangan olahan Indonesia.

## D. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Analisis Peran Inovasi Produk dalam Peningkatan Daya Saing Ekspor Dimsum *Frozen* Indonesia

Daya saing produk menjadi faktor kunci bagi keberhasilan suatu negara dalam menembus pasar internasional. Dalam konteks dimsum *frozen* Indonesia, inovasi produk muncul sebagai elemen penting yang bertindak sebagai motor penggerak untuk meningkatkan nilai tambah dan diferensiasi di pasar ekspor. Inovasi, didefinisikan sebagai proses menciptakan sesuatu yang baru atau memodifikasi produk yang sudah ada untuk memberikan nilai tambah kepada konsumen , memiliki peran multidimensi dalam memperkuat posisi dimsum Indonesia di tengah ketatnya persaingan industri pangan beku dunia.

a. Inovasi Cita Rasa dan Pemanfaatan Bahan Lokal (Diferensiasi Produk)

Salah satu area inovasi yang paling strategis bagi dimsum *frozen* Indonesia adalah pengembangan resep yang menggabungkan cita rasa global dengan kekayaan bahan lokal. Dimsum, yang awalnya dikenal sebagai makanan khas Tiongkok , kini telah mengalami adaptasi cita rasa. Inovasi ini berfungsi sebagai strategi diferensiasi yang membedakan produk lokal dari produk sejenis di pasar ekspor.

1) Pemanfaatan Sumber Daya Alam: Indonesia, dengan potensi sumber daya alam dan kreativitas kuliner yang melimpah , memiliki peluang besar untuk memasukkan bahan baku khas seperti udang, ayam, jamur, atau rempah-rempah khas Indonesia ke dalam varian dimsum.
2) Peningkatan Nilai Tambah: Inovasi pada produk pangan lokal seperti ini mampu meningkatkan nilai tambah dan daya saing , karena konsumen global saat ini semakin memperhatikan kualitas, keaslian cita rasa, serta keberlanjutan produk. Dengan menciptakan varian rasa baru yang unik, dimsum Indonesia dapat menarik segmen pasar yang mencari pengalaman kuliner otentik yang berbeda dari produk massal internasional.

b. Inovasi Kemasan dan *Branding* (Daya Tarik Konsumen)

Selain aspek rasa, inovasi harus mencakup pengembangan kemasan yang lebih menarik dan fungsional. Dalam konteks ekspor makanan beku, kemasan memegang peranan vital dalam menjaga kualitas produk dan menyampaikan *brand value* kepada konsumen internasional.

1) Fungsi Estetika dan Informasi: Kemasan yang lebih menarik secara visual dapat meningkatkan daya tarik produk di rak supermarket global. Selain itu, kemasan harus informatif, mencantumkan semua sertifikasi mutu (seperti Halal dan BPOM) dan informasi gizi yang transparan untuk membangun kepercayaan konsumen.
2) Fungsi Keberlanjutan: Inovasi kemasan juga dapat diarahkan pada aspek yang lebih ramah lingkungan, sejalan dengan tren global yang menekankan keberlanjutan. Kemasan yang mengedepankan aspek ini dapat menjadi nilai jual tambahan yang signifikan di pasar Eropa dan Amerika.

c. Inovasi Teknologi Pengolahan (Kualitas dan Higienitas)

Inovasi juga mencakup penerapan teknologi pengolahan yang lebih efisien dan higienis. Teknologi yang tepat sangat penting dalam industri pangan beku

untuk mempertahankan kualitas dan keaslian rasa selama penyimpanan dan transportasi.

1) Pemeliharaan Mutu: Melalui teknologi pengolahan yang canggih, pelaku usaha dapat memastikan bahwa produk dimsum *frozen* memiliki umur simpan yang panjang tanpa mengurangi kualitas rasa dan teksturnya.
2) Kepatuhan Higienitas: Proses pengolahan yang inovatif dan higienis merupakan prasyarat untuk memperoleh sertifikasi internasional seperti HACCP dan ISO 22000, yang secara fundamental mendukung daya saing ekspor.

Inovasi pada dasarnya berperan dalam meningkatkan daya tarik produk, yang kemudian sinergis dengan peran sertifikasi dalam memberikan jaminan mutu.

**2. Analisis Peran Sertifikasi Produk dalam Peningkatan Daya Saing Ekspor Dimsum Frozen Indonesia**

Sertifikasi produk adalah pengakuan resmi yang menjamin kesesuaian suatu produk dengan standar mutu tertentu, baik nasional maupun internasional. Dalam ekspor makanan olahan, sertifikasi tidak hanya menjadi persyaratan kepatuhan, tetapi telah berevolusi menjadi strategi pemasaran yang efektif.

a. Membangun Kepercayaan Konsumen Global

Di tengah persaingan global yang ketat, sertifikasi merupakan alat utama untuk membangun kepercayaan konsumen terhadap keamanan dan kualitas produk makanan olahan Indonesia. Konsumen global, terutama di negara maju, cenderung memilih produk yang memiliki jaminan mutu dan keamanan yang diakui oleh lembaga internasional.

1) Jaminan Mutu dan Keamanan: Sertifikasi dari organisasi seperti ISO (International Organization for Standardization) menjamin bahwa produk telah memenuhi persyaratan keamanan, mutu, dan keandalan yang telah ditetapkan. Bagi dimsum *frozen*, kepatuhan ini sangat penting karena produk tersebut sensitif terhadap proses pembekuan, penyimpanan, dan pencairan.
2) Penguatan Citra Produk: Implementasi standarisasi pangan dan sertifikasi meningkatkan kepercayaan konsumen dan memperkuat citra produk. Hal ini mengubah dimsum *frozen* Indonesia dari sekadar produk etnik menjadi produk pangan global yang tepercaya.

b. Akses Pasar Melalui Kepatuhan Standar Internasional

Sertifikasi berperan sebagai kunci pembuka atau *trade barrier remover* untuk menembus pasar-pasar ekspor utama. Kepatuhan terhadap standar tertentu sering kali merupakan persyaratan wajib untuk memasuki suatu wilayah pasar.

1) Sertifikasi Halal: Sertifikasi Halal sangat penting dan menjadi nilai jual strategis dalam perdagangan internasional. Khususnya untuk pasar Timur Tengah, Asia Tenggara, dan Eropa yang memiliki populasi Muslim signifikan, sertifikasi Halal adalah prasyarat mutlak yang dapat memperluas akses pasar secara signifikan.
2) Sertifikasi Manajemen Keamanan Pangan (HACCP dan ISO 22000): Sertifikasi ini menjamin bahwa sistem pengolahan dimsum telah mengidentifikasi, mengevaluasi, dan

mengendalikan bahaya yang signifikan terhadap keamanan pangan. Di pasar Eropa dan Amerika, sertifikasi ini hampir selalu diwajibkan oleh *buyer* besar.

3) Izin Edar BPOM: Meskipun merupakan standar nasional, izin edar dari BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan) merupakan fondasi legalitas dan mutu awal produk di mata importir internasional.

Dengan memiliki sertifikasi-sertifikasi tersebut, produk dimsum *frozen* Indonesia menunjukkan bukti kepatuhan terhadap standar internasional, yang secara langsung memfasilitasi proses ekspor.

**3. Sinergi Inovasi dan Sertifikasi dalam Membangun Daya Saing Ekspor Berkelanjutan**

Daya saing ekspor diartikan sebagai kemampuan suatu negara atau perusahaan untuk mempertahankan dan memperluas pangsa pasarnya di pasar internasional. Dalam konteks dimsum *frozen*, daya saing ekspor ditentukan oleh kombinasi strategis antara inovasi produk dan kepatuhan terhadap standar sertifikasi internasional.

Inovasi dan sertifikasi produk memiliki hubungan yang sangat sinergis dan saling menguatkan dalam membangun daya saing ekspor.

| Komponen Daya Saing | Peran Inovasi Produk | Peran Sertifikasi Produk |
|---|---|---|
| Nilai Tambah & Diferensiasi | Menciptakan varian rasa unik dan kemasan menarik (Daya Tarik) | Memperkuat citra produk (Nilai Jual Strategis) |
| Akses Pasar | Memenuhi preferensi rasa dan bentuk konsumen global | Memenuhi persyaratan wajib (Kepatuhan Standar Mutu dan Keamanan) |
| Kepercayaan Konsumen | Menunjukkan kreativitas dalam pengembangan produk | Memberikan jaminan mutu, keamanan, dan keandalan |

a. Sinergi Fungsional: Inovasi berperan utama dalam meningkatkan nilai tambah dan daya tarik produk, memungkinkan dimsum Indonesia menonjol melalui resep lokal yang otentik. Sementara itu, sertifikasi memberikan jaminan mutu dan keamanan , yang merupakan syarat utama agar produk tersebut dapat diterima di pasar global.

b. Dampak pada Ekspor: Produk dengan kualitas tinggi, yang didukung oleh inovasi cita rasa yang unik dan bersertifikasi Halal serta standar keamanan pangan, akan lebih mudah menembus pasar global seperti Timur Tengah, Eropa, dan Asia. Kombinasi ini memastikan bahwa produk tidak hanya diminati (melalui inovasi) tetapi juga tepercaya dan legal untuk diperdagangkan (melalui sertifikasi).

Dengan demikian, inovasi dan sertifikasi menjadi fondasi penting bagi produk dimsum *frozen* Indonesia untuk tidak hanya bersaing, tetapi juga bertahan secara berkelanjutan di tengah persaingan industri pangan beku internasional. Hal ini sejalan dengan tujuan memberikan kontribusi bagi pengembangan strategi ekspor produk pangan olahan nasional.

## E. DAFTAR PUSTAKA

Andi Hasryningsih Asfara, L. A. (2025). INOVASI PENGEMBANGAN PRODUK ABON IKAN TUNA SEBAGAI STRATEGI PENINGKATAN NILAI TAMBAH UMKM PANGAN LOKAL. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan*, 103-110.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.

Porter, M. E. (1990). *The Competitive Advantage of Nations*. The Free Press.

Riana, F. D. (2024). THE EFFECT OF FOOD CERTIFICATION ON COMPETITIVENESS AND INCREASING SALES OF AGROINDUSTRIAL PRODUCTS IN EAST JAVA. *Agricultural Socio-Economics Journal*, 149-157.

Sholiha, D., et al. (2024). *Hubungan Inovasi dan Sertifikasi terhadap Daya Saing Ekspor Pangan*. (Informasi detail tidak tersedia).

Sudibyo, A., et al. (2025). *Dampak Sertifikasi Halal Terhadap Citra Produk Global*. (Informasi detail tidak tersedia).

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Utami, N., & Hartati, D. (2023). *Jurnal Diferensiasi Produk dan Keunggulan Bersaing*. (Informasi detail tidak tersedia).