AT TAJIR
Jurnal Manajemen Bisnis Syariah
Volume 1 Tanggal 13 Februari 2024 page 40-51
ISSN : 3024-9678 (Online) ; 3024-9686 (Printed);
Jurnal Home Page : https://ejournal.stai-alkifayahriau.ac.id/index.php/attajir/

PERANAN STRATEGI HALAL DAN STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PRODUK PANGAN UMKM DALAM MENJAGA KETAHANAN PANGAN RUMAH TANGGA

[1]Lita Arfah
STAI Al-Kifayah Riau
Email penulis: litaarfah25@gmail.com

Dikirim: 10-02-2024
Direvisi: 12-02-2024
Diterima: 18-02-2024
Diterbitkan: 19-02-2024

Abstract

Local food products are closely related to community culture, so they become a characteristic of a region. The growth of this business encourages the economy to support the food security of business actors. Efforts are made to increase demand for local food products by increasing consumer confidence in products through halal certification. The aim of this research is to analyze local food product business development strategies and analyze the role of certification in supporting the food security of business actors in Khadijah MSMEs. This research was analyzed using SWOT analysis and the Coping Strategy Index (CSI). The preparation of a strategy for developing local food product businesses in Khadijah MSMEs was carried out by identifying internal and external factors. The biggest internal strength factors are products based on local food, extensive product marketing, and already having regular customers. The biggest internal weakness is limited access to capital. The biggest external opportunity factor is product marketing, which is carried out offline and online. The biggest threat factor is the large amount of competition with other local products. The condition of the local food product business at MSME Khadijah is at Grow and Build. Strategies that can be implemented include improving facilities and infrastructure, especially in product processing processes and raw materials. This strategy needs to be developed to increase family food fulfillment. The mechanism for fulfilling family food is at Level I, without taking drastic steps at Levels II and III. This cannot be separated from the role of halal certificates in Khadijah MSMEs, which are based on processed eggs and local food in Riau Province. Halal certificates are able to increase product sales so that business actors are more economically empowered to meet food needs and support food security at the household level.

Keywords: Strategy, Business Development, Halal Certification, Local Food, Food Security

Abstrak

Produk pangan lokal erat dengan budaya masyarakat sehingga menjadi ciri khas suatu daerah. Tumbuhnya usaha tersebut mendorong perekonomian dalam menunjang ketahanan pangan pelaku usahanya. Peningkatan permintaan produk pangan lokal diupayakan dengan meningkatkan rasa percaya konsumen terhadap produk melalui sertifikasi halal. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis strategi pengembangan usaha produk pangan lokal dan menganalisis peran sertifikasi dalam menunjang ketahanan pangan pelaku usaha di UMKM Khadijah. Penelitian ini dianalisis dengan analisis SWOT dan Coping Strategy Index (CSI). Penyusunan

AT TAJIR
Jurnal Manajemen Bisnis Syariah
Volume 1 Tanggal 13 Februari 2024 page 40-51
ISSN : 3024-9678 (Online) ; 3024-9686 (Printed);
Jurnal Home Page : https://ejournal.stai-alkifayahriau.ac.id/index.php/attajir/

strategi pengembangan usaha produk pangan lokal di UMKM Khadijah dilakukan dengan mengidentifikasi faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal kekuatan yang paling besar adalah produk yang berbasis pangan lokal, pemasaran produk yang luas dan sudah memiliki pelanggan tetap. Faktor internal kelemahan terbesar yaitu akses modal terbatas. Faktor eksternal peluang yang terbesar adalah pemasaran produk yang dilakukan secara offline maupun online. Faktor ancaman terbesar adalah banyaknya persaingan dengan produk lokal lainnya. Kondisi usaha produk pangan lokal di UMKM Khadijah berada pada Grow And Build. Strategi yang dapat dilakukan antara lain: meningkatkan sarana dan prasarana terutama dalam proses dan bahan baku pengolahan produk. Strategi tersebut perlu dikembangkan untuk meningkatkan pemenuhan pangan keluarga. Mekanisme pemenuhan pangan keluarga berada pada Taraf I, tidak melakukan Langkah drastis pada Taraf II dan Taraf III. Hal ini tidak terlepas dari peran sertifikat halal di UMKM Khadijah yang berbasis olahan telur dan pangan lokal di Provinsi Riau. Sertifikat Halal mampu meningkatkan penjualan produk sehingga ekonomi pelaku usaha lebih berdaya dalam pemenuhan kebutuhan pangan dan menunjang ketahanan pangan tingkat rumah tangga.

Kata Kunci: Strategi, Pengembangan Usaha, Sertifikasi Halal, Pangan Lokal, Ketahanan Pangan

Pendahuluan

Ketahanan pangan merupakan suatu kondisi terpenuhinya pangan bagi negara sampai dengan perseorangan, yang tercermin dari tersedianya pangan yang cukup, baik jumlah maupun mutunya, aman, beragam, bergizi, merata, dan terjangkau serta tidak bertentangan dengan agama, keyakinan, dan budaya masyarakat, untuk dapat hidup sehat, aktif, dan produktif secara berkelanjutan (Badan Ketahanan Pangan Kementrian Pertanian, 2019). Ketahanan pangan didalam Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2012 tentang Pangan didefinisikan sebagai kondisi terpenuhinya pangan bagi rumah tangga yang tercermin dari tersedianya pangan yang cukup, baik jumlah maupun mutunya, aman, merata, dan terjangkau. Dalam rangka mencapai ketahanan pangan yang berkelanjutan, Dewan Ketahanan Pangan (2015) melakukan analisa, faktor pendukung keberhasilan dalam melaksanakan ketahanan pangan yaitu dengan tiga pilar indikator ketahanan pangan diantaranya: (i) Ketersediaan Pangan; Ketersediaan pangan berhubungan dengan terpenuhinya pangan secara fisik disuatu daerah tertentu. Kondisi dimana pangan tidak terpenuhi merupakan kondisi rawan pangan. (ii) Akses terhadap Pangan; Akses terhadap pangan berkaitan terhadap kemampuan suatu rumah tangga untuk memperoleh cukup pangan, kondisi dimana individu tidak dapat membeli atau memperoleh pangan disebut dengan kondisi rawan daya beli, dan (iii) Pemanfaatan Pangan; berhubungan dengan penggunaan pangan oleh rumah tangga, dan kemampuan individu untuk menyerap dan memetabolisme zat gizi, kondisi dimana gizi dari pangan tersebut tidak terpenuhi merupakan kondisi rawan gizi.

Provinsi Riau dikenal memiliki potensi sumberdaya pertanian, yang berpotensi sebagai lumbung pangan nasional dengan harapan mampu meningkatkan ketahanan pangan nasional. Ketahanan pangan diukur berdasarkan persentase Indeks Ketahanan Pangan (IKP) per

AT TAJIR
Jurnal Manajemen Bisnis Syariah
Volume 1 Tanggal 13 Februari 2024 page 40-51
ISSN : 3024-9678 (Online) ; 3024-9686 (Printed);
Jurnal Home Page : https://ejournal.stai-alkifayahriau.ac.id/index.php/attajir/

kabupaten/provinsi. Berdasarkan hasil pengukuran, IKP Propinsi Riau dikelompokkan pada kelompok 4 yang berarti bahwa Propinsi Riau termasuk ke dalam tingkat ketahanan wilayah baik.

UMKM yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah UMKM Khadijah. Lokasi produksi UMKM ini terletak di Kota Pekanbaru merupakan kawasan dengan potensi ekonomi dan perdagangan yang cukup tinggi. Dilansir dari website Pemerintah Kota pekanbaru diketahui bahwa Pekanbaru memiliki luas wilayah 632,26 km2 ha.

UMKM Khadijah ini memproduksi berbagai produk pangan lokal yang berbahan baku dari 3 sektor utama andalan seperti pertanian, peternakan, dan produk hasil perikanan yang diperoleh dari Desa Sujung, seperti telur halal memberikan manfaat untuk meningkatkan kepercayaan konsumen dan memperluas pasar makanan halal secara global (Ilham, 2022). Selain itu, proses sertifikasi halal juga diatur dalam Pasal 4A Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja kewajiban sertifikasi halal dilakukan sebagai bentuk jaminan dan perlindungan bagi UMKM (Undang-Undang Cipta Kerja, 2022).

Nilai jual produk pangan lokal biasanya mengandalkan kekhasan suatu daerah saja. Namun, jika asin, kerupuk ikan, bontot, egg roll, kropcok, tepung telur dan lain sebagainya. Para pelaku usaha yang ada di UMKM ini sebagian besar merupakan ibu rumah tangga yang tinggal di sekitar lokasi produksi dimana pendapatan yang dihasilkan dari UMKM ini menjadi salah satu penopang ekonomi dalam rumah tangganya.

Usaha produk pangan lokal di UMKM Khadijah masih terkendala oleh berbagai kondisi baik dari internal maupun eksternal, seperti teknologi produksi, masa simpan, distribusi & pasar, bahkan persaingan antar UMKM baik dari lokal daerah yang sama atau di luar daerah dengan produk yang sama. Anggraeni dkk (2013) dalam penelitiannya juga mengungkapkan bahwa permasalahan yang paling mendasar dihadapi oleh pelaku UMKM meliputi, sumber daya manusia yang kurang memiliki ilmu pengetahuan dan keterampilan dalam pengembangan usaha, memiliki permasalahan dalam permodalan, kurang sarana dan prasarana, serta kurang akses pemasaran produk. Beberapa permasalahan tersebut dapat mengakibatkan usaha masyarakat ini bergerak dengan stagnan dan terbatas. Untuk itu, dibutuhkan banyak inovasi dan pengembangan agar terjadi peningkatan baik dari segi kualitas maupun kuantitas.

Salah satu upaya dalam peningkatan usaha produk pangan lokal adalah meningkatkan kualitasnya. Kualitas produk merupakan senjata strategis yang potensial untuk mengalahkan pesaing jadi kualitas produk sangat mempengaruhi peningkatan volume penjualan (Agustina & Sunrowiyati, 2016). Peningkatan kualitas diharapkan dapat meningkatkan volume produksi karena permintaan terhadap produk yang meningkat. Peningkatan permintaan ini bisa diupayakan salah satunya dengan meningkatkan rasa percaya konsumen untuk membeli produk tersebut. Salah satu metode yang dapat dikembangkan oleh suatu usaha pangan lokal untuk meningkatlan kepercayaan konsumen adalah dengan membranding produk pangan dengan label halal melalui sertifikasi halal. Sertifikasi halal memberikan keuntungan untuk meningkatkan kepercayaan konsumen sehingga omset penjualan otomatis akan semakin meningkat dengan kepercayaan konsumen yang baik (Tahliani, 2023). Pelabelan ini tentunya akan semakin meningkatkan rasa percaya konsumen untuk membeli dan mengkonsumsi produk tersebut. Sertifikasi halal memberikan manfaat untuk meningkatkan kepercayaan konsumen dan memperluas pasar makanan halal secara global (Ilham, 2022). Selain itu, proses sertifikasi halal juga diatur dalam Pasal 4A Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja kewajiban sertifikasi halal dilakukan sebagai bentuk jaminan dan perlindungan bagi UMKM (Undang-Undang Cipta Kerja, 2022).

AT TAJIR
Jurnal Manajemen Bisnis Syariah
Volume 1 Tanggal 13 Februari 2024 page 40-51
ISSN : 3024-9678 (Online) ; 3024-9686 (Printed);
Jurnal Home Page : https://ejournal.stai-alkifayahriau.ac.id/index.php/attajir/

Nilai jual produk pangan lokal biasanya mengandalkan kekhasan suatu daerah saja. Namun, jika dilengkapi dengan kehalalan produk pangan lokal tersebut, maka dapat semakin meingkatkan nilai jualnya. Peningkatan nilai jual ini akan meningkatkan volume produksi yang dapat meningkatkan income dari pelaku usaha. Kondisi ini akan berimplikasi pada peningkatan ketahanan pangan rumah tangga para pelaku usaha produk pangan lokal tersebut.

Umanailo, M. C. B. (2018) mengungkapkan bahwa, Ketahanan pangan dipengaruhi faktor sosial, budaya, ekonomi, dan mempengaruhi adanya diversifikasi pangan. Pemanfaatan sumber daya alam yang ada di suatu daerah, menjadikan pangan lokal sebagai sumber konsumsi sehari-hari maupun bahan baku dalam kegiatan usaha produk berbasis pangan lokal.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengembangan usaha produk pangan lokal di UKM Khadijah, dan menganalisis bagaimana peran sertifikasi dalam menunjang ketahanan pangan pelaku usaha di UKM Khadijah.

Kajian Pustaka

Halal memiliki arti dibolehkan dalam syariat Islam untuk digunakan atau dilakukan, baik dari cara memperolehnya sampai bentuk benda itu sendiri dan lepas dari unsur yang membahayakannya (Ali, 2016). Perintah bagi Muslim untuk mengonsumsi segala sesuatu yang halal telah tercantum pada Quran surat Al-Baqarah ayat 168. Salah satu upaya yang dapat dilakukan oleh pemerintah di Indonesia untuk melindungi penduduknya dari produk nonhalal adalah dengan kehadiran sertifikat halal produk yang telah diatur pada UU No.33 Tahun 2014. Kehadiran UU No.33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (UU-JPH) menjadi sumber informasi hukum yang disusun secara efektif untuk mengawal doktrin halalan thayyibankepada masyarakat Hidayat&Siradj, 2015). Berdasarkan UU-JPH, setiappelaku usaha wajib mencantumkan label halal di kemasan produknya setelah memiliki sertifikat halal. Label halal pada kemasan produk dapat mempermudah konsumen untuk menjamin bahwa produk yang digunakan adalah produk yang halal untuk dikonsumsi. Menurut penelitian Yunos et al. (2014), sertifikat halal berperan untuk mendapatkan kepercayaan konsumen, memperluas pemasaran serta meningkatkan penjualan perusahaan.

Peningkatan penjualan suatu perusahaan akan memengaruhi perolehan omzet usahanya.Sertifikat halal menjadi salah satu faktor yang memiliki pengaruh positif terhadap peningkatan omzet usaha. Hal tersebut dibuktikan pada penelitian Salindal et al. (2018), dengan judul A Structural Equation Model of the Halal Certification and its Business Performance Impact on Food Companies yang menunjukkan bahwa sertifikat halal berpengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis perusahaan makanan di Malaysia.

Metode Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif, metode ini digunakan untuk menggambarkan apa saja masalah yang ada, dan bertujuan untuk mendeskripsikan apa saja yang terjadi di lapangan pada saat penelitian dilakukan. Sugiyono (2012), menerangkan bahwa penelitian deskriptif dilakukan dengan mendeskripsikan suatu gejala, peristiwa, kejadian yang terjadi pada saat sekarang.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari 6 orang responden yaitu ibu rumah tangga sebagai pelaku usaha di UMKM Khadijah, sedangkan data sekunder diperoleh dari hasil penelitian terdahulu, BPS, UU, maupun buku dan jurnal yang relevan dengan penelitian. Data yang telah diperoleh dianalisis menggunanakan alat Analisis SWOT dan Coping Strategy Index (CSI). Analisis SWOT digunakan untuk merumuskan strategi pengembangan usaha produk

AT TAJIR
Jurnal Manajemen Bisnis Syariah
Volume 1 Tanggal 13 Februari 2024 page 40-51
ISSN : 3024-9678 (Online) ; 3024-9686 (Printed);
Jurnal Home Page : https://ejournal.stai-alkifayahriau.ac.id/index.php/attajir/

pangan lokal UMKM Khadijah, sedangkan Coping Strategy Index (CSI) digunakan untuk menganalsis Strategi pengembangan dan peran Sertifikasi Halal Produk Pangan Lokal Sebagai Upaya Peningkatan Ketahanan Pangan berdasarkan Food Coping Strategy tingkat rumah tangga.

A. Analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats)

Analisis SWOT merupakan alat analisis yang dapat digunakan untuk pengambilan keputusan strategi pengembangan usaha yang baik dalam menjalankannya. Analisis SWOT digunakan untuk merumuskan secara sistematis strategi dalam sebuah pengambilan keputusan yang berkaitan hal yang sangat penting dalam suatu pemerintah dan juga perusahan, untuk memaksimalkan kinerja dan juga target yang sudah menjadi focus utamanya yaitu tujuan usaha dan langkah-langkah apa saja yang diterapkan dalam pelaksanaannya. Analisis SWOT (SWOT analysis) yakni mencakup upaya-upaya untuk mengenali kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang menentukan kinerja perusahaan (Mashuri &. Nurjannah, 2020). Keempat faktor tersebut digunakan untuk perencanaan strategi pengembangan suatu usaha atau perusahan.

B. **Coping Strategy Index (CSI)**

Coping Strategy Index (CSI) seperti yang dikemukakan oleh Maxwell (2008), CSI merupakan salah satu alat analisis ketahanan pangan rumah tangga yang relatif sederhana dan mudah digunakan, CSI tersebut berkorelasi baik dengan ukuran ketahanan pangan yang lebih kompleks. Secara umum CSI memuat serangkaian pertanyaan tentang mekanisme pemenuhan kebutuhan dan kekurangan pangan rumah tangga yang menghasilkan skor numerik sederhana. Bentuknya yang paling sederhana, pemantauan perubahan skor CSI menunjukkan apakah status ketahanan pangan rumah tangga baik atau tidak terbagi menjadi beberapa tahap sebagai berikut:

1. Taraf I rumah tangga dapat mengubah pola makan, mekanisme pemenuhan kebutuhan pangan rumah tangga tahap ini meliputi beberapa hal seperti: rumah tangga mengalihkan konsumsi makanan dari makanan yang disukai ke makanan pengganti yang lebih murah dan kurang disukai.

2. Taraf II rumah tangga dapat berupaya meningkatkan persediaan makanannya dengan menggunakan strategi jangka pendek yang tidak berkelanjutan seperti: meminjam atau membeli bahan pangan secara kredit, atau Langkah drastic lainnya seperti mengkonsumsi makanan liar, bahkan persediaan benih atau bahan produksi masa selanjutnya.

3. Taraf III jika makanan yang tersedia masih belum cukup untuk memenuhi kebutuhan, rumah tangga dapat mencoba mengurangi jumlah orang dengan cara mengirim sebagian dari mereka ke tempat lain. Pada tahap yang paling umum, rumah tangga dapat mencoba mengelola kekurangan dengan menjatah makanan yang tersedia untuk rumah tangga (memotong ukuran porsi atau jumlah makanan, lebih memilih anggota rumah tangga tertentu daripada yang lain, atau melewatkan satu hari penuh tanpa makan).

Hasil dan Pembahasan

Sertfikasi Halal menjadi salah satu kunci dalam strategi pengembangan usaha produk pangan lokal di UMKM Khadijah. Strategi pengembangan usaha terdiri dari faktor internal dan faktor eksternal. Strategi yang tepat akan mendorong pengembangan usaha dan peningkatan pendapatan serta dapat menunjang ketahanan pangan rumah tangga pelaku usaha di UKM Khadijah Kecamatan Tirtayasa, Kabupaten Serang, Provinsi Pekanbaru.

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

UMKM Khadijah merupakan salah satu UMKM di Kota Pekanbaru. UMKM Khadijah merupakan rumah produksi olahan pangan lokal yang berbasis pengolahan pangan lokal berupa produk

AT TAJIR
Jurnal Manajemen Bisnis Syariah
Volume 1 Tanggal 13 Februari 2024 page 40-51
ISSN : 3024-9678 (Online) ; 3024-9686 (Printed);
Jurnal Home Page : https://ejournal.stai-alkifayahriau.ac.id/index.php/attajir/

pertanian, perikanan-kelautan dan peternakan, produk unggulan di UMKM Khadijah adalah produk lokal hasil olahan pangan.

B. Gambaran Umum Responden

Tahun 2022 jumlah produk olahan pangan yang berada di UMKM Khadijah diantaranya: Salted Egg Powder, Tepung Telur, Telur Asin, Kropcok, Aneka Kerupuk Ikan, Bontot, Telur Asap, Telur Oven, dan Egg Roll. Produk yang tersertifikasi halal baru 1 produk saja yaitu salted egg powder, sedangkan produk yang lainnya belum tersertifikasi halal.

Jumlah responden dalam penelitian terdiri dari 1 orang informan kunci yaitu pemilik dari UMKM Khadijah, dan 5 orang ibu rumah tangga sebagai karyawan yang berada di unit pengolahan produk yang sudah tersertifikasi halal di UMKM Khadijah, produk tersebut diantaranya: Salted Egg Powder, Tepung Telur, Telur Asin, Telur Asap, Telur Oven.

Proses Sertifikasi Halal

Sertifikasi halal merupakan salah satu komponen yang penting bagi pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk kegiatan distribusi, penjualan dan promosi produknya. Sertifikasi halal UMKM menjadikan masyarakat sebagai konsumen yakin terhadap kehalalan produk yang diperjualbelikan. Produk halal merupakan jaminan yang seharusnya diberikan oleh pelaku usaha terhadap keamanan produk yang sesuai dengan syarat agama Islam (Sari dkk, 2020). Oleh karena itu, pemerintah telah membuat kebijakan program sertifikasi halal gratis (self declare) bagi UMKM.

Sertifikasi Halal juga merupakan salah satu upaya pemberdayaan masyarakat dalam pengembangan usaha. Tahap Sertifikasi Halal self declare bagi UMKM sebagai berikut:

1. Pendaftaran Nomor Induk Berusaha (NIB) jika pelaku usaha belum memiliki NIB
2. Mengisi formulir pendaftaran online di link https://ptsp.halal.go.id/
3. Mendata Daftar produk dan bahan yang digunakan Proses pengolahan produk, serta mengikuti prosedur yang ditetapkan sesuai ketentuan berlaku dalam proses Sertifikasi Halal di web site resmi https://ptsp.halal.go.id/
4. Proses pendaftaran akan didampingi oleh seseorang yang bertugas sebagai pendamping Proses Produk Halal (PPH), sampai terbit Sertifikat Halal.

D. **Peran Sertifikasi Halal bagi UMKM dan Konsumen**

Sertifikasi halal merupakan kegiatan yang dilakukan untuk memperoleh sertifikat yang menyatakan kehalalan suatu produk sesuai dengan syariat islam, sertifikasi halal dilakukan melalui pemeriksaan yang terperinci oleh Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (selanjutnya disingkat LP POM MUI), Ester (2015).

Sertifikasi halal pada produk pangan, obat-obatan dan kosmetik adalah untuk memberikan kepastian kepada masyarakat sebagai konsumen, dan kemanan terkait kehalalan suatu produk. Selain itu sertifikat halal juga merupakan suatu hal yang penting dimiliki oleh produsen untuk memberikan rasa aman kepada konsumen, dan dapat menunjang distribusi, promosi dan pemasaran produk.

Sertifikasi halal merupakan salah satu kepastian hukum di setiap produk makanan UMKM ataupun industri yang sudah dalam skala besar. Sertifikasi halal bertujuan untuk menjamin kepastian hukum terhadap konsumen (Maesyaroh & Martiana, 2020). Produsen berkewajiban untuk memberikan informasi kepada konsumennya bahwa produk tersebut atau haram untuk dikonsumsi oleh konsumennya.

AT TAJIR
Jurnal Manajemen Bisnis Syariah
Volume 1 Tanggal 13 Februari 2024 page 40-51
ISSN : 3024-9678 (Online) ; 3024-9686 (Printed);
Jurnal Home Page : https://ejournal.stai-alkifayahriau.ac.id/index.php/attajir/

E. **Strategi Pengembangan Usaha Berbasis Produk Pangan Lokal**

Pengembangan usaha harus memperhatikan rencana bisnis, ada beberapa lingkungan yang mempengaruhi lingkungan usaha tersebut tersebut baik yang berasal dari internal maupun eksternal. Menganalisis secara sistematis terhadap kekuatan-kekuatan (*strengths*) dan kelemahan-kelemahan (*weaknesses*) suatu organisasi dan kesempatan kesempatan (*opportunities*) serta ancaman-ancaman (*threats*) dari lingkungan untuk merumuskan strategi pengembangan usaha (Istiqomah, I., & Andriyanto, I. (2018).

a) **Analisis Matriks IFE**

Matriks Internal Factor Evaluation (IFE) disusun setelah melakukan identifikasi terhadap faktor internal yang meliputi kekuatan dan kelemahan. Pembobotan dan pemberian peringkat (rating) pada faktor-faktor yang telah diidentifikasi sehingga didapatkan skor bobot rata-rata dari masing-masing faktor internal yang ada. Berdasarkan hasil data yang diperoleh saat kegiatan dilapangan menunjukkan bahwa terdapat 5 (lima) faktor kekuatan dan 3 (tiga) faktor kelemahan pada UMKM Khadijah sebagai sentra produksi olahan telur dan produk berbasis pangan lokal. Hasil analisis faktor-faktor internal strategi pengembangan usaha berbasis produk pangan lokal di UMKM Khadijah di Desa Sujung Kecamatan Tirtayasa dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Faktor Internal Strategi Pengembangan Produk UMKM Khadijah di Kecamatan Tirtayasa Faktor-Faktor Internal Utama		**Bobot**	**Rating**	**Skor**
Kekuatan *(Strengths)*				
1	Produk yang berbasis pangan lokal	0,11	4	0,44
2	Memiliki diversifikasi pangan berbasis pangan lokal	0,11	3	0,33
3	Pengalaman dalam melakukan pengolahan pangan	0,11	3	0,33
4	Harga produk terjangkau	0,07	3	0,22
5	Sudah memiliki sertifikat halal	0,15	4	0,59
6	Pemasaran produk yang luas dan sudah memiliki pelanggan tetap	0,11	4	0,44
Kelemahan *(Weakness)*				
1	Kapasitas produksi belum maksimal	0,11	3	0,33
2	Akses Modal terbatas	0,15	4	0,59
3	Harga yang fluktuatif	0,07	2	0,15
Total		1,00	30	3,43

Berdasarkan Tabel 3. diketahui bahwa faktor internal kekuatan yang paling besar dalam pengembangkan UMKM Khadijah diantaranya: Produk yang berbasis pangan lokal, pemasaran produk yang luas dan sudah memiliki pelanggan tetap dengan skor yang diperoleh yaitu 0,44 dengan bobot 0,11 dan rating 4.

Faktor yang menjadi kekuatan lainnya dalam pengembangan produk di UMKM. Khadijah yaitu memiliki diversifikasi pangan berbasis pangan lokal, dan salah satu produk unggulannya adalah tepung

AT TAJIR
Jurnal Manajemen Bisnis Syariah
Volume 1 Tanggal 13 Februari 2024 page 40-51
ISSN : 3024-9678 (Online) ; 3024-9686 (Printed);
Jurnal Home Page : https://ejournal.stai-alkifayahriau.ac.id/index.php/attajir/

telur, di Provinsi Pekanbaru UMKM Khadijah adalah sentra produksi tepung telur pertama. Selain itu, pelaku usaha memiliki pengalaman dalam pengolahan pangan yang dilakukan oleh unit-unit produksi dan sudah tersertifikasi Halal, dan kekuatan lainnya adalah harga produk terjangkau.

Faktor internal kelemahan dalam mengembangkan produk di UMKM Khadijah terbesar yaitu akses modal terbatas, yang memiliki skor sebesar 0,59 dengan bobot 0,15 dan rating 4. Akses modal yang terbatas menjadi kelemahan utama dalam pengembangan usaha di UMKM Khadijah. Hal tersebut berhubungan dengan kemampuan produksi dalam memenuhi permintaan pasar terhadap produk baik lokal, nasional, maupun internasional.

Faktor internal kelemahan dalam mengembangkan produk di UMKM Khadijah terbesar yaitu akses modal terbatas, yang memiliki skor sebesar 0,59 dengan bobot 0,15 dan rating 4. Akses modal yang terbatas menjadi kelemahan utama dalam pengembangan usaha di UMKM Khadijah. Hal tersebut berhubungan dengan kemampuan produksi dalam memenuhi permintaan pasar terhadap produk baik lokal, nasional, maupun internasional.

Faktor kelemahan lainnya dalam mengembangkan produk UMKM Khadijah yaitu, adanya naik turun harga jual maupun harga bahan pokok produksi sehingga hal ini juga berhubungan dengan kapasitas produksi yang belum maksimal dalam memenuhi kebutuhan pasar, terutama jika permintaan dalam jumlah yang besar.

b) Analisis Matriks EFE

Matriks External Factor Evaluation (EFE) dilakukan untuk mengidentifikasi faktor eksternal yang meliputi peluang dan ancaman. Pembobotan dan pemberian peringkat (rating) dilakukan pada faktorfaktor yang telah diidentifikasi sebelumnya sehingga didapatkan skor bobot rata-rata dari masing-masing faktor eksternal.

Berdasarkan hasil data dilapangan, menunjukan bahwa adanya 3 (tiga) faktor peluang dan 2 (dua) faktor ancaman pada pengembangan produk UMKM Khadijah. Faktor-faktor eksternal dalam strategi pengembangan produk UMKM Abinsa seperti pada Tabel 4.

Tabel 4. Faktor Eksternal Strategi Pengembangan Produk UMKM Khadijah di Kecamatan Tirtayasa

Faktor-Faktor Eksternal	**Bobot**	**Rating**	**Skor**
Utama Peluang (*Opportunities)*			
1 Pemasaran produk secara offline maupun online	0,26	4	1,00
2 Pemasok bahan baku konsisten ketersediannya	0,18	3	0,55
3 Adanya dukungan pemerintah	0,18	3	0,55
Ancaman *(Threats)*			

Berdasarkan Tabel 4. diketahui bahwa faktor peluang yang sangat baik dalam pengembangan produk UMKM Khadijah adalah pemasaran produk yang dilakukan secara offline maupun online dengan bobot 0,25, skor 0,50 dan 4. Pemasaran sangat penting dalam pengembangan usaha di UMKM Khadijah dengan menerapkan sistem pemasaran secara offline maupun online. Melalui sistem pemasaran tersebut, produk juga lebih mudah dijangkau baik secara lokal, nasional dan internasional. Pada awal tahun 2023

AT TAJIR
Jurnal Manajemen Bisnis Syariah
Volume 1 Tanggal 13 Februari 2024 page 40-51
ISSN : 3024-9678 (Online) ; 3024-9686 (Printed);
Jurnal Home Page : https://ejournal.stai-alkifayahriau.ac.id/index.php/attajir/

produk UMKM sudah melakukan ekspor ke beberapa negara diantaranya Thailand dan Jepang dengan memanfaatkan pemasaran secara online. Pemasaran secara lokal maupun nasional juga telah memiliki pelanggan tetap dan semakin meningkat permintaannya setelah tersertifikasi halal. Sertifikat halal memberikan daya saing, sehingga secara otomatis juga berfungsi sebagai alat pemasaran (Yulia, 2015). Hal tersebut akan membuat konsumen merasa aman dengan produk UMKM Khadijah dan permintaan produk meningkat.

Faktor yang menjadi peluang lainnya adalah pemasok bahan baku konsisten ketersediannya. Bahan baku ini biasanya diperoleh dari petani sekitar maupun pasar tradisional. Faktro peluang lainnya adalah adanya dukungan pemerintah. peran Pemerintah dalam memberikan dorongan untuk mengembangkan UMKM merupakan suatu hal yang perlu dilakukan agar UMKM semakin berkembang dan berkontribusi dengan baik (Salam & Prathama, 2022). Dukungan ini biasanya berupa peralatan produksi dan pelatihan serta bimbingan teknis sebagai upaya peningkatan kualitas SDM maupun produk di UMKM Khadijah.

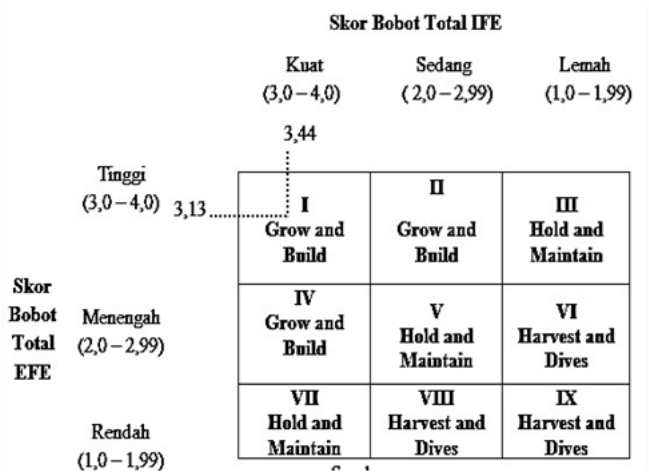
Faktor ancaman terbesar pada pengembangan produk UMKM Khadijah adalah banyaknya persaingan dengan produk lokal lainnya dengan skor 1,00 bobot 0,2 dan ratingnya 4. Banyaknya UMKM olahan pangan lokal dan tidak jarang memiliki kesamaan bahan baku menjadikan persaingan semakin tinggi dalam pengembangan produk dan pemasaran.

c) Kurva Matriks IE

Berdasarkan Matriks IE, total skor bobot IFE pada sumbu X sebesar 3,44 dan skor bobot EFE total pada sumbu Y 3,13. Perpaduan yang dihasilkan dari kedua skor IFE dan EFE menunjukkan bahwa strategi pengembangan usaha produk pangan lokal di UMKM Khadijah digambarkan dalam Grow and Buildi (Gambar 1). Hal ini menunjukan bahwa dalam UMKM Khadijah berada pada posisi tumbuh dan berkembang menjadi lebih baik.

Adapun strategi yang dapat digunakan dalam pengembangan usaha berdasarkan hasil analisis yaitu dengan meningkatkan fasilitas serta sarana dan prasarana yang ada di UMKM terutama dalam proses dan

3,38



bahan baku pengolahan produk. Strategi ini merupakan pemilihan strategi yang sesuai dan dapat dijalankan oleh UMKM Khadijah. Berdasarkan hasil analisis Food Coping Strategy menunjukkan bahwa tidak terdapat rumah tangga yang bekerja di UMKM Khadijah yang melakukan mekanisme pemenuhan pangan keluarga pada taraf II maupun III. Mekanisme pemenuhan kebutuhan pangan terdapat pada

AT TAJIR
Jurnal Manajemen Bisnis Syariah
Volume 1 Tanggal 13 Februari 2024 page 40-51
ISSN : 3024-9678 (Online) ; 3024-9686 (Printed);
Jurnal Home Page : https://ejournal.stai-alkifayahriau.ac.id/index.php/attajir/

Taraf I dan Taraf II. Hal ini menunjukan bahwa rumah tangga Masyarakat yang bekerja di Khadijah terutama 6 orang ibu rumah tangga sebagai unit usaha produksi pangan lokal yang sudah bersertifikat berada pada kondisi yang sudah tahan pangan.

Widiati, dkk (2020) menyatakan bahwa, jika masyarakat hanya melakukan mekanisme pemenuhan kebutuhan pangan pada Tahap 1, maka suatu rumah tangga tersebut sudah tahan pangan. Berdasarkan informasi yang diperoleh dari hasil wawancara bersama informan penelitian diketahui bahwa setelah produk mendapatkan sertifikat halal, produsen lebih mudah dan lebih luas mendistribusikan produknya, permintaan meningkat. Hal tersebut disebabkan karena produk yang dipasarkan memberikan rasa aman pada konsumen.

Sertifkat halal berperan dalam dalam menghadapi krisis ekonomi rumah tangga terutama saat pandemi COVID-19, di mana ibu rumah tangga mampu mendapatkan penghasilan tambahan untuk memenuhi kebutuhan pangan rumah tangga dan berlanjut sampai saat ini. Kegiatan yang dilakukan oleh ibu rumah tangga sebagai pelaku usaha di UMKM Khadijah diantaranya proses produksi, pengemasan sampai dengan pemasaran.

Food Coping strategy yang dilakukan oleh masyarakat sebagai pelaku usaha di UMKM Khadijah hanya dilakukan pada mekanisme pemenuhan kebutuhan pangan pada Taraf I seperti: mencari pekerjaan sampingan sebanyak 50%, ibu rumah tangga yang berada di UMKM Khadijah sebanyak 6 orang dan 3 diantaranya memiliki pekerjaan sampingan selain bekerja sebagai unit pengolahan produk pangan lokal di UMKM Khadijah. Untuk memenuhi kebutuhan lainnya yang dilakukan pada Taraf 1 adalah dengan menerima bantuan pangan dari pemerintah yang biasanya beras bersubsidi sebanyak 16,67%. Selain itu mekanisme pemenuhan kebutuhan pangan lainnya dengan memelihara hewan ternak sebanyak 16,7% biasanya hewan ternak ini berupa ayam dan lebih banyak yang dibudayakan adalah bebek petelur dan pedaging. Selain itu mekanisme pemenuhan kebutuhan lainnya yang berada pada taraf 1 yaitu, membeli makanan yang lebih murah harganya. Hal ini dilakukan sebanyak 16,7%.

Kesimpulan

Produk pangan lokal merupakan produk pangan yang memanfaatkan bahan-bahan yang tersedia dan mudah untuk diperoleh, serta mudah dilakukan pengolahannya dengan menggunakan teknologi modern maupun tradisional. Produk pangan lokal berkaitan erat dengan budaya masyarakat setempat sehingga produk ini menjadi ciri khas suatu daerah. Tumbuhnya usaha produk pangan lokal mendorong perekonomian sehingga dapat mendorong ketahanan pangan rumah tangga pelaku usahanya. Industri pangan lokal berpotensi besar untuk dapat melibatkan sumber daya dan masyarakat lokal, sehingga usaha ini menjadi salah satu strategi bagi masyarakat golongan ekonomi lemah dalam peningkatan sistem ketahanan pangan. Peningkatan permintaan produk pangan lokal bisa diupayakan dengan meningkatkan rasa percaya konsumen terhadap produk salah satunya dengan sertifikasi halal.

Strategi pengembangan usaha produk pangan lokal di UMKM Khadijah terdiri dari faktor internal dan faktor eksternal sebagai berikut: Faktor internal kekuatan yang paling besar adalah produk yang berbasis pangan lokal, pemasaran produk yang luas dan sudah memiliki pelanggan tetap dengan skor 0,44 dengan bobot 0,11 dan rating 4. Faktor internal kelemahan terbesar yaitu akses modal terbatas, dengan skor 0,59, bobot 0,15 dan rating 4. Akses modal terbatas mempengaruhi kemampuan produksi dalam memenuhi permintaan pasar terhadap produk baik lokal, nasional maupun internasional. Faktor Eksternal terdiri dari peluang dalam strategi pengembangan produk UMKM Khadijah adalah pemasaran produk yang dilakukan secara offline maupun online dengan bobot 0,25, skor 0,50 dan 4. Faktor ancaman terbesar adalah banyaknya persaingan dengan produk lokal lainnya dengan skor 1,00 bobot 0,2 dan

AT TAJIR
Jurnal Manajemen Bisnis Syariah
Volume 1 Tanggal 13 Februari 2024 page 40-51
ISSN : 3024-9678 (Online) ; 3024-9686 (Printed);
Jurnal Home Page : https://ejournal.stai-alkifayahriau.ac.id/index.php/attajir/

ratingnya 4. Strategi pengembangan usaha produk pangan lokal di UKM Khadijah berada pada Grow And Build. Strategi pengembangan usaha berbasis produk lokal di UKM Khadijah tumbuh dan berkembanga menjadi lebih baik, dengan meningkatkan fasilitas, sarana dan prasarana terutama dalam proses dan bahan baku pengolahan produk.

Mekanisme pemenuhan pangan keluarga berada pada Taraf I, tidak melakukan Langkah drastis pada Taraf II dan Taraf III. Hal ini tidak terlepas dari peran sertifikat halal produk di UMKM Khadijah yang berbasis pada olahan telur dan pangan lokal di Provinsi Pekanbaru. Sertifikat Halal mampu meningkatkan penjualan produk, sehingga ekonomi pelaku usaha lebih berdaya dalam pemenuhan kebutuhan pangan dan mampu menunjang ketahanan pangan tingkat rumah tangga.

Daftar Pustaka

Agustina, A., & Sunrowiyati, S. (2016). Analisis Faktor Kualitas Produk dan Harga Guna Meningkatkan Volume Penjualan Pada Usaha Genteng UD Super Blitar. Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN), 1(1), 104-114.

Aidha, Z., & Harahap, R. A. (2021). Pemberdayaan masyarakat dalam upaya ketahanan pangan selama pandemi COVID-19 di Kecamatan Bilah

Barat. Tropical Public Health Journal, 1(1), 22-30.

Anggraeni, F. D. (2013). Pengembangan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) melalui fasilitasi pihak eksternal dan potensi internal (Studi kasus pada kelompok usaha" Emping Jagung" di Kelurahan Pandanwangi Kecamatan Blimbing Kota Malang) (Doctoral dissertation, Brawijaya University).

Ester, F., & Sudarsana, I. K. S. (2015). Peranan Sertifikasi Halal Bagi Konsumen Dalam Aspek Perlindungan Konsumen. dalam Jurnal Kertha Semaya, 3(02).

Hariyanto, B. (2017). Pangan Lokal. Kuliah Umum Jurusan Gizi Fak. Kedokteran Unibraw.

Ilham, B. U. (2022). Pendampingan Sertifikasi Halal Self Declare pada Usaha Mikro dan Kecil Binaan Pusat Layanan Usaha Terpadu Sulawesi Selatan. Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Universitas Al Azhar Indonesia, 5(1), 20-25.

Istiqomah, I., & Andriyanto, I. (2018). Analisis SWOT dalam Pengembangan Bisnis (Studi pada Sentra Jenang di Desa Kaliputu Kudus). BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam, 5(2), 363-382.

Maesyaroh, M., & Martiana, A. (2020). Upaya Perlindungan Konsumen Melalui Sertifikasi Halal (Untuk UMKM Sate Klathak Pleret Yogyakarta). In Prosiding Seminar Nasional Program Pengabdian Masyarakat.

Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang

(Perpu) . (2022). Tentang Cipta Kerja.

Purnawan, E., & Nugroho, F. (2016). Pengembangan UMKM Olahan Pangan Lokal Dalam Gerakan One Day No Rice (ODNR) di Kota Depok. Jurnal Ilmu Kesejahteraan Sosial (Journal of Social

Welfare), 17(2).

Salam, M. D., & Prathama, A. (2022). Peran Pemerintah Daerah Dalam Pengembangan Umkm. Jurnal

Kebijakan Publik, 13(2), 137-143.

AT TAJIR
Jurnal Manajemen Bisnis Syariah
Volume 1 Tanggal 13 Februari 2024 page 40-51
ISSN : 3024-9678 (Online) ; 3024-9686 (Printed);
Jurnal Home Page : https://ejournal.stai-alkifayahriau.ac.id/index.php/attajir/

Sari, A. M., Kusumaningati, W., Yustinah, Y., & Yudhistirani, S. A. (2022, November). Pelatihan Sertifikasi Halal Untuk Usaha Kecil dan Mikro (Ukm). In Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat LPPM UMJ (Vol. 1, No. 1).

Syafitri, Y., Irwandi, I., Sulaimawan, D., Astika, R., & Susianto, D. (2022). Penguatan Kapasitas SDM/UMKM Pengembangan Industri Pangan Lokal Tahun 2021 pada Dinas Ketahanan Pangan, Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Lampung. Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia, 2(1), 183-190.

Sugiyono. (2012). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabet.

Tahliani, H. (2023). Sertifikasi Halal dan Implikasinya Untuk Meningkatkan Daya Saing Perusahaan. Syar'ie: Jurnal Pemikiran Ekonomi Islam, 6(1), 1-12.

Undang-Undang. (2020) Undang-Undang Nomor 11. Tentang Cipta Kerja.

Umanailo, M. C. B. (2018). Ketahanan pangan lokal dan diversifikasi konsumsi masyarakat (studi pada masyarakat Desa Waimangit Kabupaten Buru). SOCA: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian, 12(1), 63.

Utami, D. P. (2021). Strategi Branding Untuk Membangun Image Positif Pangan Lokal Bagi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah. Journal of Food Technology and Agroindustry, 3(1), 26-35.

Widiati, S., & Rusmana, M. (2020). Peran Sistem Pertanian Lokal Dalam Mekanisme Pemenuhan Kebutuhan Pangan (Food Coping Strategy) Masyarakat Adat Kasepuhan Cicarucub Berbasis Kearifan Lokal. Jurnal Agribisnis Terpadu, 13(1), 134-153.

Yulia, L. (2015). Strategi Pengembangan Industri Produk Halal. Jurnal Bimas Islam, 8(1), 121-162.