

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA DAN PERAN SERTIFIKASI HALAL PRODUK PANGAN LOKAL UMKM DALAM MENUNJANG KETAHANAN PANGAN TINGKAT RUMAH TANGGA

Siti Widiati¹ dan Lana Izzul Azkia²

¹Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

²Ilmu Kelautan, Fakultas Pertanian, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

^{1,2}. Jl. Raya Palka KM 3 Sindangsari, Pabuaran, Kabupaten Serang,
Provinsi Banten 42163

E-mail: sitiwidiati@untirta.ac.id¹), lanaizzulazkia@untirta.ac.id²)

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 Abinisa. Penelitian ini dianalisis dengan analisis SWOT dan *Coping Strategy Index* (CSI). Penyusunan strategi pengembangan usaha produk pangan lokal di UMKM Abinisa 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 Abinisa 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 Abinisa yang berbasis olahan telur dan pangan lokal di Provinsi Banten. 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

1. PENDAHULUAN

Produk pangan lokal merupakan salah satu penggerak ekonomi di pedesaan. Produk pangan lokal ini memanfaatkan bahan-bahan yang tersedia, mudah didapat dan diolah dengan teknologi yang masih sederhana. Menurut Hariyanto (2017), produk pangan lokal adalah produk pangan yang telah lama diproduksi dari bahan baku dengan dengan pengetahuan dan teknologi lokal, serta berkembang dan dikonsumsi di suatu daerah atau suatu kelompok masyarakat di daerah tertentu. Produk pangan lokal biasanya berkaitan dengan budaya masyarakat setempat, sehingga produk ini biasanya menyandang nama daerah tertentu, dan pangan lokal menjadi makanan khas tradisional suatu daerah dengan keunikan masing-masing (Utami, 2021).

Produk pangan lokal biasanya dikembangkan oleh pelaku usaha dalam skala Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Syafitri dkk (2022) mendefinisikan bahwa Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) sebagai usaha yang didirikan dan dijalankan oleh individu/rumah tangga atau kelompok usaha kecil yang diukur berdasarkan omset yang dihasilkan. Tumbuhnya usaha

produk pangan lokal ini tentunya mendorong perekonomian masyarakat lokal sehingga dapat mendorong ketahanan pangan rumah tangga dari pelaku usahanya. Industri aneka pangan lokal mempunyai potensi besar untuk dapat melibatkan secara aktif komponen masyarakat lokal sehingga usaha ini dapat berperan sebagai survival strategi bagi masyarakat golongan ekonomi lemah dalam sistem ketahanan pangan (Nogroho, 2016).

UMKM yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah UMKM Abinisa. Lokasi produksi UMKM ini terletak di Desa Sujung yang merupakan kawasan dengan potensi pertanian, peternakan, dan perikanan yang cukup tinggi. Dilansir dari website Pemerintah Sujung diketahui bahwa Desa Sujung memiliki luas wilayah 978.001 ha di mana sekitar 663.000 ha digunakan untuk pertanian, 6075 ha diperuntukan untuk permukiman, sedangkan sisanya dipergunakan untuk perkebunan, peternakan, perikanan, perkantoran, dan fasilitas umum sosial.

UMKM Abinisa 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 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 Abinisa 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 meningkatkan 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 mengonsumsi 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).

Nilai jual produk pangan lokal biasanya mengandalkan kekhasan suatu daerah saja. Namun, jika

dilengkapi dengan kehalalan produk pangan lokal tersebut, maka dapat semakin meningkatkan 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 Abinisa, dan menganalisis bagaimana peran sertifikasi dalam menunjang ketahanan pangan pelaku usaha di UKM Abinisa.

2. RUANG LINGKUP

Program Sertifikasi Halal UMKM bertujuan untuk mensertifikasi halal produk pangan di UMKM Abinisa. Sertifikat Halal berperan penting dalam pengembangan usaha, seperti memberikan rasa aman bagi konsumen dan meningkatkan penjualan yang meningkatkan perekonomian pelaku usaha, dan dapat menunjang dalam peningkatan ketahanan pangan rumah tangga. Strategi pengembangan usaha produk UMKM di Abinisa dalam menunjang ketahanan pangan rumah tangga, pelaku usahanya difokuskan pada sertifikasi halal produk di UMKM Abinisa yang berbasis pada produk pangan lokal.

3. BAHAN DAN METODE

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 Abinisa, sedangkan data sekunder diperoleh dari hasil penelitian terdahulu, BPS, UU, maupun buku dan jurnal yang relevan dengan penelitian. Data yang telah diperoleh dianalisis menggunakan alat Analisis SWOT dan *Coping Strategy Index* (CSI). Analisis SWOT digunakan untuk merumuskan strategi pengembangan usaha produk pangan lokal UMKM Abinisa, sedangkan *Coping Strategy Index* (CSI) digunakan untuk menganalisis Strategi pengembangan dan peran Sertifikasi Halal Produk Pangan Lokal Sebagai Upaya Peningkatan Ketahanan Pangan berdasarkan *Food Coping Strategy* tingkat rumah tangga.

3.1 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 perusahaan, 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 perusahaan.

3.2 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 melewati satu hari penuh tanpa makan).

4. PEMBAHASAN

Sertifikasi Halal menjadi salah satu kunci dalam strategi pengembangan usaha produk pangan lokal di UMKM Abinisa. 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 Abinisa Kecamatan Tirtayasa, Kabupaten Serang, Provinsi Banten.

4.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

UMKM Abinisa merupakan salah satu UMKM di Kecamatan Tirtayasa, Kabupaten Serang, Provinsi Banten. UMKM abinisa merupakan rumah produksi olahan pangan lokal yang berbasis pengolahan pangan lokal berupa produk pertanian, perikanan-kelautan dan peternakan, produk unggulan di UMKM Abinisa adalah produk lokal hasil olahan telur bebek dan ayam.

4.2. Gambaran Umum Responden

Tahun 2022 jumlah produk olahan pangan yang berada di UMKM Abinisa 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 Abinisa, dan 5 orang ibu rumah tangga sebagai karyawan yang berada di unit pengolahan produk yang sudah tersertifikasi halal di UMKM Abinisa, produk tersebut diantaranya: *Salted Egg Powder*, Tepung Telur, Telur Asin, Telur Asap, Telur Oven.

4.3. 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://pts.halal.go.id/>
4. Proses pendaftaran akan didampingi oleh seseorang yang bertugas sebagai pendamping Proses Produk Halal (PPH), sampai terbit Sertifikat Halal.

4.4. 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 kemandirian 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.

4.5. 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).

4.5.1. 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

Abinisa sebagai sentra produksi olahan telur dan produk berbasis pangan lokal. Hasil analisis faktor-faktor internal strategi pengembangan usaha berbasis produk pangan lokal di UMKM Abinisa di Desa Sujung Kecamatan Tirtayasa dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Faktor Internal Strategi Pengembangan Produk UMKM Abinisa di Kecamatan Tirtayasa

Faktor-Faktor Internal Utama	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan (<i>Strengths</i>)			
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 (<i>Weakness</i>)			
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	3,44

Berdasarkan Tabel 3. diketahui bahwa faktor internal kekuatan yang paling besar dalam pengembangan UMKM Abinisa 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. Abinisa yaitu memiliki diversifikasi pangan berbasis pangan lokal, dan salah satu produk unggulannya adalah tepung telur, di Provinsi Banten UMKM Abinisa 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 Abinisa 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 Abinisa. Hal tersebut berhubungan dengan kemampuan produksi dalam memenuhi permintaan pasar terhadap produk baik lokal, nasional, maupun internasional.

Faktor kelemahan lainnya dalam mengembangkan produk UMKM Abinisa 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.

4.5.2. 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 faktor-faktor yang telah diidentifikasi sebelumnya sehingga didapatkan skor bobot rata-rata dari masing-masing faktor eksternal.

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

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

Faktor-Faktor Eksternal Utama	Bobot	Rating	Skor
Peluang (<i>Opportunities</i>)			
1 Pemasaran produk secara offline maupun online	0,25	4	1,00
2 Pemasok bahan baku konsisten ketersediannya	0,19	3	0,56
3 Adanya dukungan pemerintah	0,19	3	0,56
Ancaman (<i>Threats</i>)			
1 Persaingan produk pangan lokal lainnya	0,13	4	1,00
2 Kenaikan harga bahan baku	0,13	2	0,25
Total	1,00	16	3,38

Berdasarkan Tabel 4. diketahui bahwa faktor peluang yang sangat baik dalam pengembangan produk UMKM Abinisa 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 Abinisa 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 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 Abinisa 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

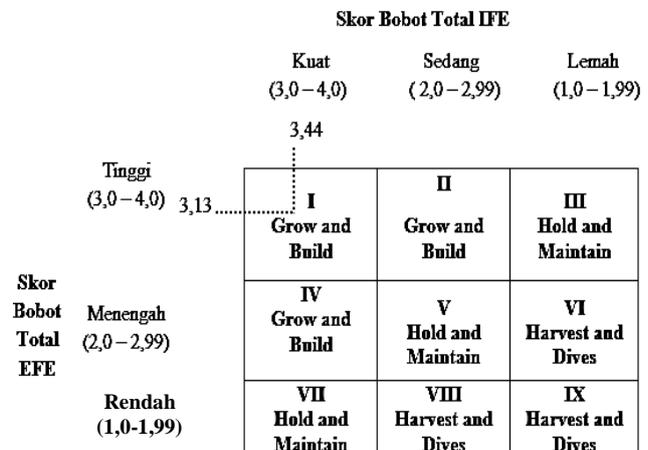
semakin berkembang dan berkontribusi dengan baik (Salam & Prathama, 2022). Dukungan ini biasanya berupa peralatan produksi dan pelatihan serta bimbingan teknis sebagai upaya peningkatan kualitas SDM maupun produk di UMKM Abinisa.

Faktor ancaman terbesar pada pengembangan produk UMKM Abinisa 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.

2.4.3. 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 Abinisa digambarkan dalam *Grow and Build* (Gambar 1). Hal ini menunjukkan bahwa dalam UMKM Abinisa 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 bahan baku pengolahan produk. Strategi ini merupakan pemilihan strategi yang sesuai dan dapat dijalankan oleh UMKM Abinisa.



Gambar 1. Matriks IE

4.5. Analisis Matriks SWOT

Perumusan alternatif strategi yang diperlukan dalam mengembangkan usaha produk olahan pangan lokal di UMKM Abinisa dilakukan menggunakan analisis Matriks SWOT. Strategi Analisis Matriks SWOT dilakukan dengan mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi. Berbeda dengan Matriks IE, pada Matriks SWOT tidak melakukan pendekatan skor, tetapi memformulasikan

strategi berdasarkan gabungan faktor internal dan faktor eksternal. Analisis ini didasarkan dilakukan dengan memaksimalkan kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*), dan secara bersamaan dilakukan untuk meminimalkan dan ancaman (*threats*).

Matriks SWOT menentukan *key success* faktor untuk lingkungan internal dan eksternal, merupakan bagian yang sulit sehingga dibutuhkan penilaian yang baik, hal ini dilakukan untuk menghasilkan alternatif strategi terbaik dalam mengembangkan usaha produk pengolahan berbasis pangan lokal di UMKM Abinisa. Matriks ini menghasilkan empat sel kemungkinan alternatif strategi yaitu strategi S-O (*Strength-Opportunity*), strategi W-O (*Weakness-Opportunity*), strategi S-T (*Strength-Threats*), strategi W-T (*Weakness-Threats*).

Tabel 5. Analisis Strategi Matriks SWOT Pengembangan Produk Pangan Lokal di UMKM Abinisa

IFE	Kekuatan (S)	Kelemahan(W)
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Produk yang berbasis pangan lokal 2. Memiliki diversifikasi pangan berbasis pangan lokal 3. Pengalaman dalam melakukan pengolahan pangan 4. Harga produk terjangkau 5. Sudah memiliki sertifikat halal 6. Pemasaran produk yang luas dan sudah memiliki pelanggan tetap 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kapasitas produksi belum maksimal 2. Akses Modal terbatas 3. Harga bahan baku yang fluktuatif
EFE	Strategi S-O	Strategi W-O
Peluang (O)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan pemasaran produk melalui media online seperti media sosial & <i>E-Commerce</i> (O1,S6) 2. Pemerintah memberikan pelatihan terkait inovasi produk, strategi pemasaran, dan sebagainya (O3, S1, S2, S3) 3. Meningkatkan sinergitas pemerintah dan stake holder terkait untuk mendukung pelaksanaan program sertifikasi 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan kerjasama dengan produsen bahan baku untuk menjaga keberlanjutan produksi (S2, W1, W3) 2. Melakukan kerjasama antara pemerintah dengan lembaga keuangan untuk membuka bantuan modal bagi UMKM

	halal <i>self declare</i> bagi UMKM (O3, S5)	(S3, W2)
Tantangan(T)	Strategi S-T	Strategi W-T
<ol style="list-style-type: none"> 1. Persaingan produk pangan lokal lainnya 2. Kenaikan harga bahan baku 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan pemanfaatan produk unggulan lokal sebagai ciri pembeda dengan produk lain (S1,S3, T1) 2. Mempertahankan kualitas produk untuk menjaga kepercayaan pelanggan (S6, T1) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan sarana prasana pra- produksi dan produksi agar proses produksi maksimal dan kontinue (W1, W3, T1) 2. Meningkatkan kapasitas produksi untuk mengantisipasi penurunan harga jual/peningkatan harga bahan baku (W1, T2)

4.6. Ketahanan Pangan Pelaku Usaha Berdasarkan *Food Coping Strategy*

UMKM Abinisa merupakan usaha yang melakukan berbagai kegiatan mulai dari produksi, pengemasan, dan pemasaran yang dalam pelaksanaannya memberdayakan ibu rumah tangga untuk meningkatkan ketahanan pangan rumah tangga di desa Sujung. Aidha & Harahap (2021) menyatakan bahwa salah satu upaya untuk bisa mempertahankan keadaan ekonomi keluarga adalah dengan mengoptimalkan ketahanan pangan dengan memberdayakan potensi daerah masing-masing. Saat ini sudah terdapat 5 produk yang tersertifikasi halal di UMKM Abinisa. Produk-produk tersebut merupakan produk pangan lokal dengan bahan baku berasal dari daerah Sujung.

Pemberdayaan masyarakat bertujuan untuk meningkatkan pendapatan sehingga dapat menunjang ketahanan pangan keluarga dan kemampuan keluarga dalam mekanisme pemenuhan kebutuhan pangan atau *Food Coping Strategy* tingkat rumah tangga. Tingkat ketahanan pangan rumah tangga berbasis pada sertifikasi halal produk bagi pelaku usaha di UMKM Abinisa berdasarkan mekanisme pemenuhan kebutuhan pangannya atau *Food Coping Staregy* dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Tingkat Ketahanan Pangan Rumah Tangga Pelaku Usaha Di UMKM Abinisa Berdasarkan Food Coping Startegy Berbasis Sertifikat Halal

No.	Coping Startegies	Total	
		n	%
Taraf I			
1.	Mencari pekerjaan sampingan	3	50
2.	Menanam tanaman di kebun	0	0
3.	Beternak untuk memenuhi kebutuhan pangan rumah tangga	1	16,67
4.	Membeli makanan yang lebih murah harganya	1	16,67
5.	Mengurangi jenis pangan yang dikonsumsi	0	0
6.	Mengubah prioritas pembelian makanan	0	0
7.	Membeli bahan pangan yang kualitasnya lebih rendah	0	0
8.	Mengurangi porsi makan	0	0
9.	Menerima bantuan pangan pemerintah misalnya Raskin	1	16,67
10.	Bantuan pangan dari saudara	0	0
11.	Melakukan Pertukaran bahan pangan	0	0
12.	Menerima bahan pangan atau makanan dari saudara	0	0
13.	Mengurangi Kurangi frekuensi pangan	0	0
Taraf II			
1.	Mengambil uang tabungan untuk memenuhi pangan	0	0
2.	Menggadai asset untuk membeli pangan	0	0
3.	Menjual asset tidak produktif untuk membeli pangan	0	0
Taraf II			
4.	Meminjam uang dari saudara dekat untuk membeli pangan	0	0
5.	Membeli pangan dengan berhutang	0	0
6.	"Mengumpulkan makanan liar atau mengkonsumsi persediaan	0	0
Taraf III			
1.	Migrasi ke kota	0	0
2.	Migrasi Ke Luar Negeri	0	0
3.	Memberikan Anak Pada Saudara	0	0
4.	Mengurangi Jumlah Keluarga	0	0
5.	Bercerai	0	0
6.	Melewati hari tanpa makan (Puasa karena tidak ada pangan)	0	0
Jumlah		6	100

Berdasarkan hasil analisis *Food Coping Strategy* menunjukkan bahwa tidak terdapat rumah tangga yang bekerja di UMKM Abinisa yang melakukan mekanisme pemenuhan pangan keluarga pada taraf II maupun III. Mekanisme pemenuhan kebutuhan pangan terdapat pada Taraf I dan Taraf II. Hal ini menunjukkan bahwa rumah tangga Masyarakat yang bekerja di Abinisa 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.

Sertifikat 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 Abinisa diantaranya proses produksi, pengemasan sampai dengan pemasaran.

Food Coping strategy yang dilakukan oleh masyarakat sebagai pelaku usaha di UMKM Abinisa hanya dilakukan pada mekanisme pemenuhan kebutuhan pangan pada Taraf I seperti: mencari pekerjaan sampingan sebanyak 50%, ibu rumah tangga yang berada di UMKM Abinisa sebanyak 6 orang dan 3 diantaranya memiliki pekerjaan sampingan selain bekerja sebagai unit pengolahan produk pangan lokal di UMKM Abinisa. Untuk memenuhi kebutuhan lainnya yang dilakukan pada Taraf I 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 dibudidayakan adalah bebek petelur dan pedaging. Selain itu mekanisme pemenuhan kebutuhan lainnya yang berada pada taraf I yaitu, membeli makanan yang lebih murah harganya. Hal ini dilakukan sebanyak 16,7%. Rata-rata *food coping strategy* berdasarkan ketahanan pangan tingkat rumah tangga pelaku usaha di UMKM Abinisa dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Rata-rata Food Coping Strategy Berdasarkan Ketahanan Pangan Rumah Tangga Pelaku Usaha Di UMKM Abinisa Berbasis Sertifikat Halal

Coping Startegies	Total	
	n	%
Taraf I	6	100
Taraf II	0	0
Taraf III	0	0
Total	6	100

Mekanisme pemenuhan kebutuhan pangan rumah tangga dilakukan hanya pada Taraf I sebanyak 100% (Tabel 7). Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat pemenuhan pangan keluarga hanya berada pada Taraf I, dan tidak melakukan Langkah drastis yang berada pada

Taraf II dan Taraf III. Hal ini tidak terlepas dari peran sertifikat halal produk di UMKM Abinisa yang berbasis pada olahan telur dan pangan lokal di Provinsi Banten. Sertifikat Halal mampu meningkatkan penjualan produk hasil olahan di UMKM Abinisa sehingga ekonomi masyarakat khususnya pelaku usaha lebih berdaya dalam pemenuhan kebutuhan pangan rumah tangga dan mampu menunjang ketahanan pangan tingkat rumah tangga.

5. 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 Abinisa 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 Abinisa 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 ratingnya 4. Strategi pengembangan usaha produk pangan lokal di UKM Abinisa berada pada Grow And Build. Strategi pengembangan usaha berbasis produk lokal di UKM Abinisa tumbuh dan berkembang 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 Abinisa yang berbasis pada olahan telur dan pangan lokal di Provinsi Banten. Sertifikat Halal mampu meningkatkan penjualan produk,

sehingga ekonomi pelaku usaha lebih berdaya dalam pemenuhan kebutuhan pangan dan mampu menunjang ketahanan pangan tingkat rumah tangga.

6. SARAN

UMKM Abinisa sebagai sentra produksi aneka olahan telur dan pangan lokal Banten dapat mempertahankan, dan meningkatkan kualitas produknya, salah satunya dengan mensertifikasi halal semua produk hasil olahannya, dan mengembangkan sistem penjualan online yang sudah berjalan untuk lebih baik lagi, sehingga jangkauan pasar lebih luas dan produk lebih mudah diketahui oleh konsumen baik lokal, nasional, maupun internasional. Selain itu masyarakat harus peduli terhadap makanan yang dikonsumsi sudah terjamin keamanannya, salah satunya jaminan halal. Program sertifikasi halal diharapkan semakin banyak dilakukan oleh instansi pemerintah maupun swasta terkait, dikarenakan semakin banyaknya produk UMKM yang berbasis pada produk lokal beredar di pasaran. Selain itu diharapkan penelitian ini dapat dikolaborasikan dengan penelitian sebelumnya dan dijadikan referensi untuk penelitian yang terkait ke depannya, misalnya dengan menganalisis pola konsumsi dan kemandirian pangan pelaku usaha UMKM berbasis pangan lokal.

7. 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.
- 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.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terimakasih kepada pihak yang terlibat dalam penelitian pendampingan sertifikasi halal produk kepada Tim Kegiatan, Mahasiswa yang terlibat dalam pendampingan sertifikasi, LPMM Universitas Sultan Ageng Tirtayasa (Untirta), Halal Center Untirta, PUI-PT Untirta, UMKM Abinisa dan semua pihak yang terlibat dalam penelitian kepada masyarakat pendampingan sertifikasi halal, yang tidak dapat disebutkan satu-persatu.