

ANALISIS PELUANG DAN TANTANGAN PENGEMBANGAN BISNIS UMKM PASCA SERTIFIKASI HALAL (STUDI PELAKU UMKM MAKANAN DAN MINUMAN) DI KABUPATEN PAMEKASAN

Fadhilatul Itsnaini

Ekonomi Syariah, Fakultas Keislaman, Universitas Trunojoyo Madura
Email: 210721100155@student.trunojoyo.ac.id

Taufiqur Rahman

Ekonomi Syariah, Fakultas Keislaman, Universitas Trunojoyo Madura
Email: taufiqur.rahman@trunojoyo.ac.id

Abstract:

Halal certification is a process carried out to ensure that a product, whether food, beverage, cosmetics, or other products, meets halal standards according to Islamic law. This certification is not only an important requirement in attracting consumers, but also provides opportunities for MSME players to expand the market, both at the local and national levels. MSMEs are a very important sector in the economy, especially in developing countries like Indonesia. Business development includes activities to increase scale, innovate products, expand markets, and innovate markets. In this study, there is a problem formulation to determine the opportunities and challenges of MSMEs in Pamekasan. The research was conducted at Kue Mangkok, Ruang Makan, Suling Rempah Murni, Nyih Hai, Dapur Mila, Kerupuk Puli, Basaraya and Rengginang. This type of research uses a qualitative method with a field research strategy. The data collection methods used are observation, interviews, and documentation, the data sources used are secondary and primary data, data analysis techniques data reduction, data presentation and data verification. This research explores the effect of halal certification on MSME business development in the food and beverage sector, as well as identifying strategies to take advantage of opportunities and overcome challenges.

Abstrak

Sertifikasi halal adalah proses yang dilakukan untuk memastikan bahwa suatu produk, baik makanan, minuman, kosmetik, maupun produk lainnya, telah memenuhi standar kehalalan sesuai syariat Islam. Sertifikasi ini tidak hanya menjadi syarat penting dalam menarik konsumen, namun juga memberikan peluang bagi para pelaku UMKM untuk memperluas pasar, baik di tingkat lokal maupun nasional. UMKM merupakan sektor yang sangat penting dalam perekonomian, terutama di negara berkembang seperti Indonesia. Pengembangan usaha meliputi kegiatan peningkatan skala, inovasi produk, perluasan pasar, dan inovasi pasar. Dalam penelitian ini terdapat rumusan masalah untuk mengetahui peluang dan tantangan UMKM di Pamekasan. Penelitian dilakukan di Kue Mangkok, Ruang Makan, Suling Rempah Murni, Nyih Hai, Dapur Mila, Kerupuk Puli, Basaraya dan Rengginang. Jenis penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan strategi penelitian lapangan. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi, sumber data yang digunakan adalah data sekunder dan primer, teknik analisis data reduksi data, penyajian data, dan verifikasi data. Penelitian ini mengeksplorasi pengaruh sertifikasi halal terhadap pengembangan bisnis UMKM di sektor makanan dan minuman, serta mengidentifikasi strategi untuk memanfaatkan peluang dan mengatasi tantangan.

Kata Kunci: Analis Peluang dan Tantangan, Pengembangan Usaha, UMKM, Sertifikasi Halal

PENDAHULUAN

Sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) merupakan komponen penting dalam perekonomian Indonesia. Di Kabupaten Pamekasan, UMKM khususnya sektor makanan dan minuman memiliki peranan penting dalam menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan pendapatan masyarakat. Selama beberapa tahun terakhir, sikap konsumen terhadap produk halal telah bergeser, khususnya di kalangan umat Islam. Hal ini mendorong UMKM di sektor makanan dan minuman untuk memperoleh sertifikasi halal sebagai bentuk verifikasi kualitas dan keamanan produknya sesuai dengan syariat Islam. (Hamza & Agustien, 2019)

Sertifikasi halal merupakan aspek krusial dalam industri makanan dan minuman, terutama di negara-negara dengan mayoritas penduduk beragama Islam, seperti Indonesia. Sertifikasi ini penting untuk memastikan kepatuhan terhadap aturan agama sekaligus menjadi faktor kunci dalam penjualan produk di pasaran. Sertifikasi halal tidak hanya penting untuk menarik pelanggan, tetapi juga memberikan peluang bagi pelaku UMKM untuk memperluas pasar, baik lokal maupun nasional. Sertifikasi ini berfungsi sebagai tolak ukur dan standar yang dapat meningkatkan kepercayaan konsumen.

Pamekasan merupakan sebuah desa kecil yang terletak antara 06°51' - 07°31' Lintang Selatan dan 113°09'-113°58' Bujur Timur. Di sebelah utara dan selatan, wilayah Pamekasan berbatasan dengan laut Jawa dan laut Madura. Selanjutnya, bagian barat provinsi ini berbatasan dengan Sampang dan bagian timur dengan Sumenep. Kabupaten Pamekasan memiliki luas wilayah 792,30 km atau sekitar 1,71 persen dari luas wilayah Provinsi Jawa Timur, dan terdiri dari 13 kota dan 189 desa dengan jumlah penduduk 818.662 jiwa. Berdasarkan potensi penduduk di Pamekasan, Pemerintah Kabupaten Pamekasan memanfaatkan sumber daya manusia untuk menghasilkan barang dan jasa yang dapat memberikan manfaat bagi masyarakat. Salah satu tujuan utama Pemerintah Kabupaten Pamekasan adalah memberikan pelatihan kepada para pelaku usaha, yang paling menonjol UMKM. Selanjutnya UMKM di Kabupaten Pamekasan memiliki potensi yang tinggi, terbukti dari jumlah UMKM di Provinsi Jawa Timur berdasarkan indikator ekonomi tahun 2016 dan 2018 sebanyak 249.369. Sektor non pertanian memiliki UMKM sebanyak 108.772, sedangkan sektor pertanian sebanyak 138.547.

Pamekasan selalu meningkat, terutama terkait dengan fasilitas dan kegiatan pemerintah daerah. Pada tahun 2023, Kabupaten Pamekasan melaporkan jumlah UMKM yang signifikan dengan penekanan pada sektor-sektor unggulan seperti produk pangan dan olahan perikanan. Produk lokal seperti lorjuk, rengginang, dan olahan rumput laut merupakan contoh UMKM yang berhasil menembus pasar internasional. Pemerintah Kabupaten Pamekasan juga aktif dalam hal perizinan dan pengembangan digitalisasi UMKM untuk mendukung pemasaran produk secara online, melalui Dinas Koperasi dan Usaha Mikro.

Hal ini mengindikasikan bahwa populasi di Pamekasan memiliki potensi yang sangat tinggi untuk pengembangan bisnis. Pemilihan Kabupaten Pamekasan sebagai lokasi studi didasarkan pada beberapa pertimbangan strategis. Dengan kata lain, Pamekasan memiliki potensi yang cukup besar di sektor UMKM, khususnya di industri makanan dan minuman, dengan berbagai produk kuliner berkualitas khas yang dapat dijadikan studi kasus. Di wilayah yang mayoritas penduduknya beragama Islam, sertifikasi halal sangat penting dan krusial untuk meningkatkan kepercayaan konsumen dan kualitas produk. Namun, proses sertifikasi dan standarisasi halal sering kali terhambat oleh beberapa kendala. Para pelaku UMKM ini menghadapi tantangan dalam persaingan yang lebih ketat, akses modal yang terbatas untuk meningkatkan kapasitas produksi, kurangnya pengetahuan dalam strategi pemasaran dan distribusi yang harus diatasi untuk memaksimalkan sertifikasi halal. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi bagaimana sertifikasi halal mempengaruhi pengembangan bisnis UMKM di sektor makanan dan minuman serta untuk mengidentifikasi rencana strategis yang dapat

membantu mereka memanfaatkan peluang dan mengatasi tantangan.

KAJIAN TEORI

Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah metode sistematis untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi strategi perusahaan, dengan tujuan memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunity*), serta meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threat*). Strategi yang efektif, berdasarkan analisis ini, akan mengoptimalkan sumber daya dan waktu, serta mengurangi risiko dari kelemahan dan ancaman. Ketika diterapkan dengan tepat, analisis ini dapat secara signifikan mendukung keberhasilan strategi dan memberikan wawasan yang diperlukan untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman dalam lingkungan bisnis. (Sari, 2020)

Manfaat analisis SWOT adalah alat efektif untuk analisis strategis yang membantu perusahaan memaksimalkan penggunaan waktu dan meminimalkan kelemahan serta ancaman. Tujuannya adalah mengidentifikasi faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan eksternal (ancaman dan tantangan) yang mempengaruhi perusahaan. Dengan pemahaman ini, perusahaan dapat mengalokasikan sumber daya secara optimal untuk menjaga kelangsungan operasional, terutama dalam situasi krisis. Fungsi analisis ini juga mencakup penentuan peluang dan sumber daya yang tersedia berdasarkan kondisi yang ada. (Sasoko & Mahrudi, t.t.)

Faktor-faktor dalam analisis SWOT meliputi *Strengths* (kekuatan) merujuk pada situasi yang menguntungkan di dalam perusahaan, yang dapat mempengaruhi profitabilitas dan daya saing, serta membantu perusahaan menarik dan melibatkan pemangku kepentingan untuk mencapai kualitas tinggi. Sementara itu, *Weaknesses* (kelemahan) adalah faktor-faktor yang dapat berkontribusi terhadap kegagalan atau kinerja buruk perusahaan, di mana perusahaan yang baik akan berusaha meminimalkan atau menghilangkan kelemahan ini. *Opportunities* (Peluang) merupakan situasi di lingkungan bisnis yang dapat menguntungkan perusahaan, yang sering kali muncul akibat pergeseran pasar, perubahan regulasi, teknologi baru, atau faktor ekonomi dan sosial lainnya.

Ada tiga macam peluang dalam analisis SWOT. Pertama, *Low Opportunity* (peluang rendah) mengacu pada peluang yang terbatas dan mungkin tidak memberikan hasil signifikan, meskipun bisa memberi kepuasan dalam situasi tertentu. Kedua, *Moderate Opportunity* (peluang sedang) adalah peluang yang menawarkan keuntungan cukup, meskipun tidak sebesar peluang terbaik; daya tarik dan manfaatnya besar, tetapi pencapaian yang mungkin kecil. Ketiga, *Best Opportunity* (peluang terbaik) adalah peluang dengan dampak paling besar bagi perusahaan; jika dimanfaatkan dengan baik, dapat menghasilkan keuntungan signifikan, dengan daya tarik dan manfaat tertinggi serta peluang pencapaian yang besar. Perbandingan Sikap :

Peluang	Dampak	Sikap	Tindakan
<i>Low Opportunity</i>	Dampak rendah, Pertumbuhan terbatas	Pasif atau minimalis	Menunda, mengalokasikan sedikit sumber daya, hanya bertindak jika ada
<i>Moderate Opportunity</i>	Dampak pertumbuhan stabil	Selektif dan bertahap untuk melihat potensi jangka Panjang	Melakukan uji coba, mengalokasikan sumber daya dengan pengawasan rencana bertahap.
<i>Best Opportunity</i>	Dampak besar, Potensi tinggi	Proaktif dan berkomitmen penuh.	Menginvestasikan sumber daya utama, pengambilan keputusan cepat, Inovasi strategis

Faktor peluang adalah berbagai situasi lingkungan yang menguntungkan bagi satuan bisnis. Yang dimaksud dengan berbagai situasi tersebut antara lain; Perubahan signifikan dalam penggunaan produk, Identifikasi segmen pasar yang kurang mendapat perhatian, Perubahan dalam kondisi perdagangan, Perubahan peraturan dan regulasi yang menciptakan peluang baru dalam pekerjaan dan Hubungan yang harmonis antara pembeli dan penjual. Terakhir *Threats* (ancaman) adalah situasi signifikan yang tidak terkait dengan operasi perusahaan. Situasi ini kemungkinan besar akan menimbulkan masalah bagi perusahaan. Jika hal ini tidak diikuti, visi dan misi perusahaan akan terganggu. Seperti masuknya pesaing baru, lambatnya pertumbuhan pasar, meningkatkan jumlah pembeli dan penjual. (Suarto, 2017)

Ada beberapa ancaman yang sering dihadapi. Ancaman kompetitif berasal dari bisnis lain yang memiliki strategi lebih baik, produk lebih inovatif, atau pangsa pasar yang lebih besar.

Ancaman ekonomi terkait dengan perubahan kondisi ekonomi makro, seperti inflasi atau fluktuasi mata uang, yang mempengaruhi pengeluaran konsumen dan biaya operasional. Ancaman teknologi muncul dari kemajuan teknologi yang dapat mengubah cara industri beroperasi. Ancaman lingkungan berhubungan dengan faktor iklim, seperti bencana alam dan perubahan iklim, yang dapat mengganggu operasi. Terakhir, ancaman rantai pasokan disebabkan oleh gangguan dalam rantai pasokan global atau regional, yang dapat mempengaruhi ketersediaan bahan baku dan produk jadi. (Mashuri & Nurjannah, 2020)

Pengembangan Bisnis UMKM

Pengembangan bisnis UMKM mencakup proses untuk meningkatkan ukuran dan kapasitas usaha melalui inovasi produk, efisiensi operasional, perluasan pasar, peningkatan kualitas produk, dan sistem manajemen. Secara umum, pengembangan bisnis adalah kegiatan yang menghasilkan produk untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dengan harapan meraih keuntungan. Ini melibatkan peningkatan skala, pengembangan produk, dan penerapan inovasi. Definisi lain menyatakan bahwa pengembangan usaha merupakan usaha yang terencana dan bertanggung jawab untuk memperkenalkan, menumbuhkan, dan mengembangkan karakter secara holistik. Tujuan utama pengembangan bisnis adalah meningkatkan profitabilitas dengan memperbaiki operasi, produk, pemasaran, basis pelanggan, dan harga produk. (Sulaiman & Asmawi, 2022)

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) sangat penting dalam pembangunan ekonomi, terutama di negara-negara berkembang seperti Indonesia. Menurut Undang-undang No. 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, UMKM didefinisikan berdasarkan kriteria tertentu, termasuk jumlah karyawan dan jumlah tahun. UMKM berfungsi sebagai pusat pengembangan ekonomi lokal, pelatihan kerja, dan inovasi pasar. (Safitri, 2020)

Kriteria UMKM berdasarkan pasal 35 ayat (3) PP No. 7 Tahun 2021 yang meliputi: Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan atau badan usaha perorangan yang memiliki kekayaan paling banyak Rp50 juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha dengan hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300 juta. (Salam & Makhtum, t.t.)

Usaha Kecil mengacu pada bisnis berskala kecil yang berdiri sendiri dan bukan merupakan bagian dari perusahaan yang lebih besar. Usaha kecil memiliki persyaratan modal mulai dari Rp 50 juta hingga Rp 500 juta, serta biaya operasional mulai dari Rp 300 juta hingga Rp 2,5 juta. (Syafi'ah & Qadariyah, 2022)

Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah. Usaha menengah memiliki kriteria aset Rp 500 juta sampai dengan Rp 10 miliar dan omset Rp 2,5 miliar sampai dengan Rp 50 miliar. (Dani Umbara & Faqih Supandi, 2022)

Sertifikasi Halal

Sertifikasi halal adalah proses untuk mendapatkan sertifikat halal melalui serangkaian tahapan untuk memastikan bahwa bahan baku, proses produksi, dan Sistem Jaminan Halal (SJH) telah memenuhi standar LPPOM MUI. Pasca Implementasi Undang-undang Jaminan Produk Halal Nomor 33 Tahun 2014, Sertifikasi Halal didefinisikan sebagai pengakuan kehalalan suatu produk yang dikeluarkan oleh BPJPH berdasarkan fatwa tertulis yang dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia. Majelis Ulama Indonesia (MUI), yang secara teknis berafiliasi dengan Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan dan Kosmetika (LPPOM), adalah satu-satunya organisasi di Indonesia yang melakukan sertifikasi Halal sebelum implementasi sukarela UU JPH. (Faridah, 2019)

Setelah berlakunya UU No.33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (UU JPH) dan PP No. 31 Tahun 2019 tentang JPH berimplikasi pada perubahan prosedur dan sistem registrasi sertifikasi halal dari yang semula bersifat sukarela menjadi wajib (*mandatory*) mulai tanggal 17 Oktober 2019. Selain itu, UU JPH membentuk organisasi baru bernama Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) yang berada di bawah naungan Kementerian Agama. UU JPH ini mengamanatkan bahwa mulai 17 Oktober 2019, seluruh produk harus bersertifikat halal dari BPJPH. Sebelum PP JPH diterbitkan, Majelis Ulama Indonesia (MUI) melakukan prosedur sertifikasi halal. Namun, setelah PP JPH diterbitkan, beban untuk mendapatkan sertifikasi halal sepenuhnya berada di tangan BPJPH sebagai industri manufaktur produk halal yang dominan.

Berdasarkan UU JPH 2014 dan PP 2019, BPJPH menggantikan LPPOM MUI dalam proses sertifikasi halal, meskipun perubahan ini tidak mempengaruhi kewenangan BPJPH, sehingga berpotensi menghambat proses sertifikasi halal yang saat ini sedang berjalan. Untuk

mengatasi masalah ini, Menteri Agama mengeluarkan Peraturan Menteri Agama No. 982 tahun 2019 tentang layanan sertifikasi halal. Studi tersebut mengungkapkan bahwa dalam hal penyediaan layanan sertifikasi halal, BPJPH akan berkolaborasi dengan Majelis Ulama Indonesia (MUI) dalam hal sertifikasi produk dan Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, dan Kosmetik MUI (LPPOM-MUI) dalam hal pemeriksaan dan sertifikasi produk. (Yuningsih M dkk., 2023)

Regulasi yang mengatur mengenai produk halal yang ada di Indonesia antara lain (MUI, 2021): (UU) No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, Pemerintah (PP) No. 31 Tahun 2019 tentang Peraturan Pelaksanaan UU No. 33 Tahun 2014 (UU JPH), Peraturan Menteri Agama No. 26 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Jaminan Produk Halal, Keputusan Menteri Agama (KMA) No. 982 Tahun 2019 tentang Layanan Sertifikasi Halal, Peraturan Pemerintah (PP) No. 39 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Bidang Jaminan Produk Halal. Pentingnya sertifikasi halal bagi pemilik bisnis Sebagai tanggung jawab produsen kepada konsumen Muslim, mengakui masalah kehalalan sebagai komponen dari prinsip gaya hidup Muslim. Meningkatkan kepercayaan dan keyakinan konsumen, reputasi daya saing perusahaan dan sebagai alat promosi dan meningkatkan area koneksi pasaran. (Rachmawati, 2007)

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan *field research* atau penelitian lapangan. Data penelitian ini terdiri dari dua sumber, yaitu sekunder dan data primer. Data sekunder peneliti diperoleh melalui dokumen, arsip, buku serta data lain yang berkaitan dengan penelitian. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan reduksi data, penyajian data, dan verifikasi data sedangkan pengecekan keabsahan data dilakukan dengan triangulasi. (Fadli, 2021)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peluang dan Tantangan Yang Dihadapi UMKM Kue Mangkok

Kue Mangkok adalah kue tradisional khas Pamekasan yang terbuat dari gula, air, tepung beras, dan pewarna makanan. Proses produksinya cepat dan kue ini memiliki tampilan yang menarik serta citra rasa yang manis. Anis Pratista pemilik Kue Mangkok, telah menjalankan usahanya sejak tahun 2009 dan memproduksi sekitar 200 kue setiap harinya. Dengan adanya sertifikasi halal pada Januari 2024, tidak ada peningkatan jumlah pelanggan karena konsumen lokal lebih menghargai kualitas dan harga dibandingkan dengan yang sudah mendapatkan sertifikasi. (Ummah dkk., 2023)

Sertifikasi halal secara signifikan tidak mempengaruhi jumlah pelanggan Kue Mangkok, terutama di pasar tradisional di mana konsumen lebih mementingkan harga, kualitas, dan kuantitas. Pelanggan lokal biasanya mendasarkan pembelian mereka pada kepercayaan dan hubungan jangka panjang, memastikan bahwa produk tersebut telah memenuhi standar kualitas tanpa sertifikat. Namun, pemilik bisnis percaya bahwa sertifikasi halal sangat penting untuk menarik pasar yang lebih luas, seperti supermarket dan platform online. Karena tidak adanya pesaing yang signifikan, pemilik usaha belum menerapkan strategi khusus untuk meningkatkan daya saing. Meskipun tanpa pesaing langsung, fokus tetap pada kualitas dan konsistensi produk.

Tantangan utamanya adalah minimnya penggunaan platform digital untuk pemasaran, yang merusak jangkauan dengan menyebabkan ketergantungan pada penjualan dari mulut ke mulut. Usaha ini berdampak positif bagi ekonomi lokal karena membeli dari pemasok setempat dan dijalankan dengan tujuan untuk menciptakan peluang kerja di masa depan. Proses produksinya mematuhi prinsip halal dengan mengurangi jumlah limbah dan menggunakan bahan-bahan yang ramah lingkungan. Namun, perubahan iklim dapat mempengaruhi ketersediaan dan harga bahan baku, sehingga penting untuk mengelola biaya dan mencari pemasok yang stabil sekaligus mengurangi dampak ekstrem pada kualitas produk. (Anis Pratista, Oktober)

Peluang dan Tantangan Yang Dihadapi UMKM Ruang Makan

Ruang Makan adalah restoran terkenal di Pamekasan yang menyajikan berbagai macam hidangan teler dan juga makanan ringan seperti siomay, tahu walik. Untuk menciptakan suasana yang nyaman, restoran ini memiliki ruang *indoor* dan *outdoor*. Girah Rizqi Daniar pemilik usaha memulai bisnis ini pada tahun 2020 setelah sebelumnya menjual durian Modoroko di Malang. Saat ini, Ruang Makan menjual sekitar 300 produksi per hari dan telah membuka cabang di Sampang. ("Girah Rizqi Daniar," 2024)

Sertifikasi halal tidak secara langsung meningkatkan jumlah pelanggan, sertifikasi halal memberikan rasa aman dan kepercayaan kepada konsumen yang sudah yakin akan kehalalan produk. Upaya promosi dilakukan melalui whatsapp, tiktok, dan instagram. Pemilik berkomitmen untuk menjaga inovasi produk dan kualitas pelayanan agar pelanggan tidak merasa bosan.

Tantangan utama yang dihadapi adalah fluktuasi harga bahan baku seperti durian dan kelapa muda. Pemilik memiliki rencana strategis untuk bekerja sama dengan pemasok, pemantauan harga, dan menjaga stok. Mereka juga memastikan semua bahan baku sesuai dengan standar halal.

Bisnis ini memberikan dampak positif bagi masyarakat sekitar dengan menciptakan lapangan kerja dan mendukung ekonomi lokal melalui pembelian bahan baku dari petani dan pemasok lokal. Ruang Makan juga memanfaatkan media sosial dan *e-commerce* untuk mempromosikan produk dan meningkatkan penjualan. Meskipun perubahan iklim dapat mempengaruhi rantai pasokan, antusiasme pelanggan terhadap es teler masih sangat tinggi. Untuk mengatasi kelancaran pasokan, pemilik membangun hubungan yang baik dengan pemasok dan mencari sumber alternatif. (Shilviani & Riyanto, t.t.)

Peluang dan Tantangan Yang Dihadapi UMKM Suling Rempah Murni

Suling Rempah Murni adalah produk UMKM dari Pamekasan yang berfokus pada obat tradisional Indonesia, ekstraksi rempah dan suling tanpa menggunakan bahan pengawet atau bahan kimia, produk ini menawarkan berbagai manfaat kesehatan, seperti meningkatkan kekebalan tubuh dan melancarkan pencernaan. Ahmad Rizki pemilik usaha memulai bisnis ini pada tahun 2017 dan meneruskan bisnis keluarga setelah kematian pamannya. Dengan satu karyawan, Suling Rempah Murni mampu memproduksi satu sulingan setiap hari dan memasarkan produknya melalui whatsapp dan promosi dari mulut ke mulut. (“Ahmad Rizki,” Oktober)

Sertifikasi halal telah menjadi langkah positif dalam meningkatkan kepercayaan konsumen, meskipun sebelumnya bahan-bahan sudah terjamin kehalalannya. Saat ini, produknya memiliki 100 jenis dan akan terus bertambah hingga 300 jenis. Meskipun tidak ada strategi pemasaran khusus, penting untuk mengedukasi masyarakat tentang manfaat obat herbal.

Selain itu, sertifikasi halal berkontribusi terhadap loyalitas pelanggan dan kepercayaan pasar. Bekerja sama dengan *reseller* membantu meningkatkan kondisi pasar dan memperkenalkan produk kepada pelanggan baru. Tantangan utama dalam pemilihan obat herbal yang tepat bagi kesehatan konsumen dan fluktuasi harga bahan baku. Pemilik berdedikasi untuk terus belajar dan mengembangkan produk berkualitas tinggi.

Bisnis ini mendorong aktivitas ekonomi lokal dengan menggunakan bahan baku dari petani lokal dan memperkenalkan rempah-rempah tradisional. Meskipun biaya pendaftarannya cukup tinggi pemilik berencana untuk mendapatkan sertifikasi BPOM untuk mengatasi persaingan. Setelah mendapatkannya, Suling Rempah Murni berharap dapat berpartisipasi dalam perdagangan internasional.

Proses produksi dilakukan secara ramah lingkungan, memanfaatkan sisa bahan sebagai kompos dan menjaga kebersihan peralatan sesuai standar halal. Namun demikian, bencana alam, seperti hujan lebat dapat mempengaruhi proses produksi dan penjualan bahan baku. Untuk mengatasi hal ini, perusahaan selalu berusaha untuk menyediakan bahan baku dalam jumlah cukup untuk menjaga kelancaran produksi meskipun terjadi gangguan. (Wahyuni dkk., 2023)

Peluang dan Tantangan Yang Dihadapi UMKM Nyih Hai

Salah satu UMKM di Pamekasan yang bergerak di bidang bumbu masak, seperti bumbu soto, rawon, dan gule, sangat penting bagi perkembangan masyarakat lokal dan peningkatan ekonomi secara umum. Bumbu dibuat dari bahan-bahan alami yang belum diolah seperti cabai, bawang, kunyit, jahe, dan rempah-rempah khas. Bumbu ini tersedia dalam bentuk pasta, bubuk, atau siap pakai yang memudahkan proses penghalusan. Siti Chairiyah, pemilik usaha berusia 55 tahun ini, telah menjalankan usahanya sejak tahun 1999 tanpa karyawan dan memproduksi sekitar 13 jenis bumbu. (“Siti Chairiyah,” oktober)

Sertifikasi halal memiliki dampak yang signifikan terhadap penjualan produk bumbu, meningkatkan permintaan konsumen, terutama untuk bumbu yang dianggap halal. Sebelum sertifikasi, hanya bumbu rawon yang dijual, Namun setelah sertifikasi variasi produk meningkat, jumlah pelanggan juga meningkat, terutama di kalangan konsumen yang sensitif terhadap kehalalan. Dampak jangka panjangnya positif, meningkatkan kontrol terhadap kualitas produk dan bahan baku produksi, serta membangun stabilitas bisnis. Umpan balik yang didapat positif, karena mereka sering merekomendasikan kepada orang lain sehingga membantu memperluas pasar

melalui rekomendasi dari mulut ke mulut., dan bekerja sama dengan sekitar 20 *reseller* meningkatkan pangsa pasar dan penjualan.

Namun, Tantangan teknis muncul selama penyimpanan bumbu, seperti kerusakan penyimpanan yang menurunkan kualitas. Penting juga untuk memastikan bahwa pemasok mengikuti standar kehalalan, terutama dalam hal penanganan bahan baku. Pemasaran melalui facebook dan whatsApp cukup efektif, dengan facebook yang menjangkau *audiens* dan whatsApp yang memfasilitasi komunikasi langsung.

Proses produksi yang ramah lingkungan mencakup menjaga kebersihan dan pengelolaan limbah yang baik, dengan limbah organik yang diolah menjadi pupuk kompos. Namun, perubahan iklim berdampak terhadap ketersediaan bahan baku dan proses produksi, menurunkan kualitas dan meningkatkan biaya akibat kelangkaan. Cuaca ekstrem dan bencana alam dapat merusak rantai pasokan, memaksa produsen mencari pemasok baru yang mungkin lebih mahal. (Puspaningtyas dkk., 2020)

Peluang dan Tantangan Yang Dihadapi UMKM Kerupuk Puli

UMKM Kerupuk Puli adalah usaha yang memproduksi kerupuk dari tepung tapioka atau beras, menghasilkan camilan kering yang renyah. Usaha ini menguntungkan dan memiliki peluang pasar yang terbuka, serta telah berjalan sejak 2000, didirikan oleh Bahar Zainal, 53 tahun asal Pamekasan. Meskipun tanpa karyawan, usaha ini juga menjual keripik tempe dan kerupuk gadung. Permintaan kerupuk puli terus meningkat karena sebagai camilan dan pelengkap makanan.

Setelah sertifikasi halal, jumlah pelanggan meningkat secara signifikan, terutama bagi konsumen yang ingin membawa ke Jawa, di mana label halal sangat penting. Sertifikasi ini tidak hanya meningkatkan kepercayaan, tetapi juga memperluas jangkauan pasar dan mendorong pertumbuhan penjualan. Pemilik merasa lebih percaya diri untuk mencoba variasi produk, meskipun terkendala tenaga kerja yang terbatas, dan melakukan inovasi yang efisien seperti memperbaiki resep dan menambah variasi rasa. Selain itu, sertifikasi halal memudahkan pemasaran dan memberikan umpan balik positif, yang membantu meningkatkan loyalitas pelanggan dan reputasi usaha. (“Bahar Zainal,” oktober)

Namun, Tantangan utama yang dihadapi adalah lokasi untuk proses penjemuran, yang menghambat produksi dan kesulitan memenuhi permintaan pelanggan. Penggunaan alat potong manual mengurangi efisiensi dan meningkatkan risiko kegagalan produk, sehingga mesin modern menjadi alat yang diperlukan. Selain itu, bisnis ini menggunakan bahan baku lokal untuk mendukung petani dan meningkatkan ekonomi lokal. (Adha & Vahlevi, 2022)

Dampak inflasi tercermin dalam biaya operasional setelah sertifikasi halal karena kenaikan harga bahan baku seperti tepung dan minyak. Pelaku usaha perlu meninjau strategi bisnis, seperti diversifikasi produk dan saluran distribusi. Meskipun inflasi menjadi tantangan, sertifikasi halal menawarkan peluang untuk menarik pelanggan yang menghargai kualitas. Kekhawatiran akan lonjakan permintaan juga menjadi tantangan, sehingga penggunaan whatsApp untuk penjualan memungkinkan komunikasi yang lebih personal dan terkendali. Perubahan iklim mempengaruhi proses pengeringan, dengan cuaca hujan menghambat penjemuran, yang dapat menurunkan kualitas produk. Penjual harus menyesuaikan jadwal produksi agar kerupuk dapat kering dengan baik.

Peluang dan Tantangan Yang Dihadapi Oleh UMKM Rengginang

Susmia pemilik usaha berusia 41 tahun asal Pamekasan, memulai bisnis rengginang pada tahun 2021. Rengginang adalah kerupuk yang terbuat dari nasi yang dikeringkan dan digoreng, berbeda dari kerupuk lain yang dibuat dari adonan yang dihaluskan. Rengginang mempertahankan bentuk butiran nasi, menjadikannya unik. Usaha *home industry* ini berkontribusi signifikan terhadap kesejahteraan masyarakat dan membantu memenuhi kebutuhan hidup yang mendesak, serta berperan penting dalam melestarikan potensi lokal untuk dipasarkan kepada khalayak ramai. (“Susmia,” oktober)

Sertifikasi halal belum memberikan dampak yang signifikan terhadap jumlah pelanggan, namun rengginang memiliki pasar yang luas dan digemari oleh semua kalangan, mulai dari anak-anak hingga orang dewasa. Hal ini disebabkan rengginang menjadi oleh-oleh khas. Daya tahan rengginang yang dapat bertahan hingga satu tahun jika dikeringkan dengan benar menjadi sebuah peluang. Harganya yang terjangkau, sekitar Rp 30.000/kg sehingga dapat diakses oleh semua kalangan dari mulai kalangan menengah ke atas maupun menengah ke bawah. (Cantika, t.t.)

Namun, ada beberapa tantangan, seperti makanan sejenis rengginang banyak di pasaran, sehingga pemilik didorong untuk menambah variasi agar tetap bisa bersaing. Selain itu, pemasaran

yang terbatas hanya mengandalkan mulut ke mulut dan keterbatasan dalam mengelola pemasaran digital menjadi kendala untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Meskipun bahan baku melimpah dipasar tidak sulit didapatkan, akan tetapi tidak ada bahan baku pengganti untuk pembuatan rengginang bila sulit diperoleh. Perubahan iklim juga mempengaruhi proses produksi, terutama proses penjemuran yang menjadi lebih lama dan kurang efisien saat cuaca buruk. Karena masih menggunakan alat sederhana dan bergantung pada sinar matahari. (Pratiwi, t.t.)

Peluang dan Tantangan Yang Dihadapi Oleh UMKM Basaraya

Syarifa Dewi pemilik yang berusia 51 tahun asli Pamekasan, memulai usaha ini dari tahun 2017. Basaraya adalah sebuah toko oleh-oleh khas Madura yang menawarkan berbagai produk khas daerah seperti lorjuk, rengginang, petis dll yang berlokasi di jl. Agus Salim 12 Pamekasan. Telah memiliki Nomer Induk Berusaha (NIB) dengan nomer: 8120019070095 Merek Basaraya telah terdaftar di Direktorat Jendral Kekayaan Intelektual (DJKI) dengan nomer : HKI-02.HI.06.01 Tahun 2017 tentang Formulir Permohonan Merek Tanggal 03 Maret 2017 Menjual ikan & camilan produk dari umkm, yang sampai saat ini sudah tergabung 130 *supplier* dengan 2000 item produk. Karyawan 16 orang dengan sistem ikatan kerja yang berbeda. (“Syarifa Dewi,” oktober)

Setelah mendapatkan sertifikasi halal, penjualan produk basaraya meningkat, baik dalam jumlah pelanggan maupun omset. Label halal memberikan kepercayaan kepada konsumen, terutama yang peduli pada kehalalan produk. Ada peluang untuk mempromosikan oleh-oleh khas Pamekasan, dengan menonjolkan keaslian dan kualitas produk lokal. Lokasi Pamekasan sebagai tujuan wisata juga memberikan kesempatan untuk menarik lebih banyak pelanggan dari wisatawan yang mencari oleh-oleh khas daerah.

Tantangan utama setelah mendapatkan sertifikasi halal adalah promosi. Banyak konsumen yang belum mengetahui bahwa produk sudah halal, sehingga perlu meningkatkan upaya promosi melalui media sosial, platform digital, dan iklan lokal untuk menjangkau lebih banyak orang. Penggunaan *influencer* bisa efektif, tetapi biaya tinggi harus dipertimbangkan agar strategi pemasaran efisien. Selain itu, kesulitan dalam memperoleh bahan baku bersertifikat halal dapat diatasi dengan menyetok bahan dalam jumlah besar saat tersedia, seperti produk bandeng presto yang panen setahun sekali, untuk memastikan ketersediaan bahan baku halal secara konsisten. (Hidayat & Siradj, 2015)

Peluang dan Tantangan Yang Dihadapi Oleh UMKM Dapur Mila

Jamila, pemilik berusia 36 tahun asal Pamekasan, memulai usaha bubur sejak 2018. Usahanya mencakup berbagai jenis bubur, seperti bubur ketan hitam, bubur mutiara, dan bubur biji salak. Bubur, yang terbuat dari beras atau tepung yang dimasak dengan air atau susu, memiliki variasi di berbagai budaya. Di Indonesia, bubur disajikan baik sebagai makanan utama maupun pencuci mulut, dikenal sebagai hidangan bergizi, mudah dicerna, dan sering dianggap sebagai *comfort food* yang dapat dinikmati kapan saja.

Setelah mendapatkan sertifikasi halal, penjualan bubur meningkat dari 30pcs menjadi 50pcs. Kesadaran konsumen akan pola makan sehat membuka peluang bagi pelaku usaha untuk menawarkan varian bubur berbahan organik, seperti beras ketan hitam dan gula kelapa. Menyediakan opsi bubur rendah gula juga dapat menarik perhatian konsumen yang berdiet.

Namun, tantangan utama adalah persaingan yang ketat di pasaran. Untuk membedakan diri, penting untuk menawarkan variasi rasa dan menu yang unik, serta meningkatkan pelayanan, seperti pengemasan rapi dan pengiriman cepat. Kekhawatiran tentang lonjakan permintaan yang tidak terlayani dan fluktuasi harga bahan baku seperti beras ketan dan santan juga menjadi tantangan, karena ketersediaan bahan yang bergantung pada pemasok dapat mempengaruhi biaya produksi dan profitabilitas. (“Jamila,” 2024)

PENUTUP

Peluang adalah kondisi atau situasi yang menguntungkan yang dapat dimanfaatkan untuk mencapai tujuan tertentu. Memanfaatkan peluang dengan baik dapat memberikan keuntungan kompetitif dan mendukung pertumbuhan usaha. Sedangkan tantangan adalah hambatan, rintangan, atau kesulitan yang dihadapi dalam mencapai suatu tujuan atau hasil yang diinginkan. Menghadapi tantangan memerlukan strategi, kreativitas, dan kemampuan beradaptasi agar pelaku usaha dapat terus berkembang dan berhasil dalam lingkungan yang dinamis.

Setiap pelaku usaha memiliki peluang dan tantangan yang berbeda-beda, tergantung pada jenis produk dan kondisi pasar. Peluang sering kali muncul dari tren konsumen yang berubah, seperti meningkatnya kesadaran akan kesehatan atau kehalalan, sementara tantangan bisa berasal

dari persaingan yang ketat, fluktuasi harga bahan baku, dan kebutuhan untuk membedakan diri di pasar. Keberhasilan dalam menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang ini akan sangat bergantung pada kreativitas, strategi pemasaran, dan kemampuan beradaptasi dengan perubahan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adha, N., & Vahlevi, D. R. L. (2022). *ANALISIS SWOT DALAM STRATEGI PENGEMBANGAN HOME INDUSTRI KERUPUK PULI UD. VISKAR MANDIRI*. 3.
- Ahmad Rizki. (Oktober). *Hasil Wawancara UMKM Sertifikasi Halal*.
- Anis Pratista. (Oktober). *Hasil wawancara dengan pelaku UMKM Kue Mangkok*.
- Bahar Zainal. (oktober). *Hasil Wawancara UMKM Sertifikasi Halal*.
- Cantika, C. (t.t.). *ANALISIS TANTANGAN DAN PELUANG BISNIS RANGGINANG DI KECAMATAN CIPARAY*.
- Dani Umbara, B., & Faqih Supandi, A. (2022). Analisis Strategi Pengembangan UMKM Halal di Jember dalam Menghadapi Persaingan Pasar Nasional (Studi pada Peluang dan Tantangan). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam (JEBI)*, 2(2), 86–103.
- Fadli, M. R. (2021). *Memahami desain metode penelitian kualitatif*. 21(1).
- Faridah, H. D. (2019). Halal certification in Indonesia; history, development, and implementation. *Journal of Halal Product and Research*, 2(2), 68.
- Hamza, L. M., & Agustien, D. (2019). Pengaruh Perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Terhadap Pendapatan Nasional Pada Sektor UMKM di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 8(2), 127–135.
- Hidayat, A. S., & Siradj, M. (2019). Sertifikasi Halal dan Sertifikasi Non Halal pada Produk Pangan Industri. *AHKAM: Jurnal Ilmu Syariah*, 15(2).
- Jamila. (2024). *Hasil Wawancara UMKM Sertifikasi Halal*.
- Mashuri, M., & Nurjannah, D. (2020). Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing. *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, 1(1), 97–112.
- Pratiwi, R. (t.t.). *STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA RENGGINANG PULUT DENGAN METODE ANALISIS SWOT (STUDI KASUS USAHA RENGGINANG PULUT CV. UUL JAYA DI DESA KEBUN LADA KECAMATAN HINAI KABUPATEN LANGKAT)*.
- Puspaningtyas, M., Sulastri, S., & Putri, D. M. (2020). Sertifikat Halal Bagi Produk Makanan dan Minuman untuk Meningkatkan Citra UMKM di Kabupaten Blitar. *JURNAL PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT*, 9(2), 101.
- Safitri, I. (2020). *Peluang, Tantangan dan Strategi Pengembangan UMKM di Indonesia Pada Masa Pandemi COVID-19*.
- Salam, D. Q. A., & Makhtum, A. (t.t.). IMPLEMENTASI JAMINAN PRODUK HALAL MELALUI SERTIFIKASI HALAL PADA PRODUK MAKANAN DAN MINUMAN UMKM DI KABUPATEN SAMPANG. *The Leader*, 3(1).
- Sari, D. (2020). Analisis Strength Weakness Opportunity Threat (SWOT) Dalam Menentukan Strategi Pemasaran Penjualan Roti. *PRAGMATIS*, 1(1), 7.
- Sasoko, D. M., & Mahrudi, I. (t.t.). *TEKNIK ANALISIS SWOT DALAM SEBUAH PERENCANAAN KEGIATAN*. 22.
- Shilviani, N., & Riyanto, S. (t.t.). *Peluang dan Tantangan Usaha Restoran Bersertifikasi Halal Siti Chairiyah*. (oktober). *Hasil Wawancara UMKM Sertifikasi Halal*.
- Suarto, E. (2019). Pengembangan Objek Wisata Berbasis Analisis SWOT. *Jurnal Spasial*, 3(1).
- Sulaiman, A., & Asmawi, A. (2022). Strategi Pengembangan Usaha Dalam Meningkatkan Loyalitas Konsumen dan Profitabilitas Pada Rich's Coffe. *Equilibrium: Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 11(1), 19.
- Syafi'ah, D. M., & Qadaryah, L. (2022). *Analisis Implementasi Jaminan Produk Halal Melalui Sertifikasi Halal Pada Produk Olahan Salak I*. 5.
- Ummah, A. C., Bahrudin, Moh., & Hilal, S. (2023). Sertifikasi Halal dan Kesadaran Halal Pada Minat Beli Produk Makanan. *Ekonomi, Keuangan, Investasi dan Syariah (Ekuitas)*, 4(4), 1113–1119.
- Wahyuni, H. C., Handayani, P., & Wulandari, T. (2023). Pendampingan Sertifikasi Halal untuk Meningkatkan Daya Saing Produk UMKM. *To Maega: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(1), 17–25.
- Yuningsih M, A. A., Putri, R. E., & Jubba, H. (2023). Implikasi Sertifikasi Halal terhadap Perkembangan Industri Halal di Indonesia. *Al-Tijary*, 8(2), 155–169.