

**ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM HALAL DI JEMBER DALAM  
MENGHADAPI PERSAINGAN PASAR NASIONAL  
(STUDI PADA PELUANG DAN TANTANGAN)**

**Ach. Faqih Supandi<sup>1</sup>, Bastomi Dani Umbara<sup>2</sup>**

Email: [achfaqih795@gmail.com](mailto:achfaqih795@gmail.com)<sup>1</sup> , [bastomi.umbara@gmail.com](mailto:bastomi.umbara@gmail.com)<sup>2</sup>

Universitas Islam Jember <sup>1,2</sup>

---

**Abstrak:** *Pembangunan industri usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) di Indonesia telah memberikan kontribusi besar dalam perekonomian nasional mulai dari output produksi, penyerapan tenaga kerja, sampai penghasil devisa Negara. Jenis penelitian yang diambil adalah kepustakaan (library research). Penelitian kepustakaan merupakan metode dengan melakukan pengumpulan berbagai data pustaka, membaca dan mencatat serta mengolah data tersebut sebagai bahan penelitian. Strategi yang digunakan oleh pelaku UMKM dalam menghadapi persaingan pasar global dan Nasional adalah dengan cara meningkatkan sertifikat halal pada produk yang dihasilkan, meningkatkan SDM UMKM halal, pengoptimalan teknologi yang modern dan tepat guna untuk dapat memenuhi standarisasi UMKM halal dan memperkuat konsolidasi dan kordinasi dengan industry (hilirisasi) sehingga pelaku UMKM tersebut dapat bersaing dengan pasar global.*

**Kata Kunci:** *Strategi Pengembangan, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dan Persaingan Pasar*

**Abstract:** *The development of micro, small and medium enterprises (UMKM) in Indonesia has made a major contribution to the national economy, starting from production output, employment, to foreign exchange earners. The type of research taken is library research. Library research is a method by collecting various library data, reading and recording and processing the data as research material. The strategy used by UMKM actors in facing global and national market competition is by increasing halal certificates for the products produced, increasing halal UMKM human resources, optimizing modern and effective technology to be able to meet halal UMKM standardization and strengthening consolidation and coordination with industry. downstream) so that UMKM actors can compete with the global market.*

**Keywords:** *Development Strategy, Micro, Small and Medium Enterprises and Market Competition*

## PENDAHULUAN

Pembangunan industri usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) di Indonesia telah memberikan kontribusi besar dalam perekonomian nasional mulai dari output produksi, penyerapan tenaga kerja, sampai penghasil devisa negara. UMKM memiliki keunggulan spesifik berupa output berbasis kandungan lokal dengan harga yang relatif terjangkau, tenaga kerja yang mudah dan keahlian sederhana, serta spesifikasi produk yang unik dan memiliki pasar internasional.

Usaha mikro kecil dan menengah merupakan usaha yang mampu memperluas lapangan pekerjaan dan memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat dan dapat berperan dalam proses pemerataan dan peningkatan pendapatan masyarakat, mendorong pertumbuhan ekonomi dan berperan mewujudkan stabilitas nasional. Dalam rangka membangun perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan, salah satu kegiatan atau usaha yang sangat berpotensi untuk memberikan kontribusi ke arah tersebut adalah kegiatan ekonomi berskala kecil dan menengah yang jumlahnya sangat banyak dan tersebar di seluruh tanah air. Populasi muslim di seluruh dunia untuk saat ini sudah mendekati angka 2 miliar dengan estimasi populasi muslim akan mencapai 2,049 milyar jiwa

pada kurun waktu sekitar tahun 2020 yang akan datang sebagaimana dijelaskan Pada Tabel 1.0 yang ada di bawah ini:

Table 1.0

N O	BEN UA	POPULASI	MUSLIM (%)	JUMLAH MUSLIM	RASIO MUSLIM
1	Asia	4,737,480,856	30.68	1,453,601,910	70.94
2	Afrika	1,302,294,870	41.64	542,322,842	26.47
3	Eropa	742,164,497	5.77	42,735,724	2.09
4	Amerika	1,053,854,176	0.94	9,931,849	0.48
5	Oseania	41,274,369	1.29	530,669	0.03
6	World	7,876,068,770	26.02	2,049,122,995	100

Sumber: Kettani world Muslim population." proceedings of the 8th Hawaii International Conference on Arts and Humanities (2010: 51)

Berdasarkan tabel 1.0 Jumlah penduduk muslim di dunia telah mencapai sekitar 1,7 milyar jiwa, sehingga produk halal merupakan

potensi pasar yang sangat besar. Dalam upaya untuk memenuhi pangsa pasar yang besar ini, banyak negara yang telah memiliki lembaga/badan sertifikasi halal, bahkan di negara yang penduduk muslimnya minoritas pun telah memilikinya. Sekitar 84 lembaga/badan serifikasi halal yang tersebar di seluruh dunia, mulai benua Amerika, Afrika, Eropa, Asia, sampai Australia. Dengan banyaknya lembaga serifikasi halal ini, maka bagi masyarakat Muslim di manapun akan dengan mudah menemukan produk halal.

Kehalalan suatu produk menjadi kebutuhan yang wajib bagi seluruh manusia terutama umat Muslim, baik itu pangan, obat-obatan maupun barang-barang konsumsi lainnya. Produk halal ternyata tidak hanya diminati oleh masyarakat Muslim tetapi juga non-muslim, sebab makanan yang halal itu sudah pasti sehat. Seperti yang telah Allah Firmankan dalam Alqur'an Surat Al-Baqoroh 168 yang artinya:

Artinya: *"Wahai Manusia! Makanlah dari (makanan) yang halal dan baik yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan. Sesungguhnya, setan itu musuh yang nyata bagimu."* (Q.S. Al-Baqoroh 168).

Menurut Data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah 2020. Perkembangan industri Usaha Mikro Kecil dan Menengah

(UMKM) di Indonesia sendiri memiliki peran yang cukup penting untuk Negara Indonesia, mulai dari kontribusinya terhadap pendapatan Nasional, ataupun penyerapan jumlah tenaga kerjanya, penghasil devisa negara, sampai yang mendominasi usaha di Indonesia adalah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Kontribusi UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) bisa mencapai 61% pada tahun 2020 dibanding dengan tahun-tahun sebelumnya. Sedangkan penyerapan UMKM terhadap pekerja Indonesia bisa mencapai 97% atau sebanyak 117 juta pekerja (Bank Indonesia, 2016: 25), dan UMKM sendiri mendominasi sebagai usaha di Indonesia bisa mencapai 99,99% dari total keseluruhan usaha yang ada di Indonesia dengan pelaku usaha mencapai 6,42 juta pelaku UMKM (Kementerian Koperasi dan UKM, 2018). Ditambah lagi mayoritas penduduk Indonesia adalah Muslim, yang mana secara tidak langsung pelaku UMKM sangat dibutuhkan oleh masyarakat yang memerlukan produk-produk yang halal.

Dalam dinamika pengembangan industri halal, kurang dari 10 persen UMKM yang memiliki sertifikat halal, jauh dibandingkan industri besar yang lebih dari 60 persen. Hal ini akan semakin menambah daftar panjang permasalahan UMKM.

UMKM halal merupakan industri UMKM yang secara proses telah melalui tahapan teknis yang tidak melanggar kaidah/syariah Islam untuk menghasilkan produk halal. Untuk memperkuat produk halal, maka diberikan label/sertifikasi halal oleh lembaga yang berwenang. Sejak berdirinya Organisasi Konferensi Islam (OKI) pada awal tahun 1970-an, industri halal pun berkembang secara signifikan di setiap negara Muslim, bahkan di negara nonmuslim sekalipun. Masyarakat nonmuslim juga mulai menyadari manfaat dari produk-produk halal mulai dari kebersihan, keamanan, kandungan gizi, dan sebagainya. Gaya hidup halal (halal lifestyle) ini berdampak langsung pada meningkatkan permintaan akan produk halal (Arif, 2018: 55).

Menurut Perry, industri semacam tersebut adalah hasil dari dikembangkannya rantai pasok halal atau halal supply chain. Maksudnya adalah, produksi barang atau jasa dari hulu hingga hilir memiliki standar dan sertifikasi halal. "*Halal Supply Chain* adalah jejaring, aktivitas ekonomi yang bisa memproduksi dan memenuhi berbagai kebutuhan produk dan jasa halal," di Indonesia dalam mengembangkan rantai pasok halal, belajar dari pengalaman negara lain, perlu fokus pada sektor yang memiliki keunggulan kompetitif. Dalam kasus

Indonesia, sektor yang paling memiliki keunggulan daya saing adalah makanan halal. Oleh sebab itu, pengembangan rantai pasok halal perlu dipercepat. Rantai pasok halal ini pun harus terintegrasi, baik dari sisi usaha besar, menengah, maupun kecil termasuk pemberdayaan ekonomi pesantren dan kelompok-kelompok Muslim lain. Indonesia perlu menyusun program dan melaksanakan program untuk membentuk *Halal Supply Chain* supaya mampu untuk bersaing di produk-produk halal unggulan yang mendunia.

Indonesia mempunyai potensi sangat besar dalam menangkap peluang industri halal, baik di tingkat nasional, regional, maupun global. Laporan terakhir dari State of The Global Islamic Economy pada tahun 2018, sebagaimana disampaikan Mubarak & Imam (2020), menempatkan Indonesia sebagai urutan pertama untuk konsumen produk makanan halal di dunia. Indonesia merupakan negara berpenduduk muslim terbesar, yakni mencapai 209,1 juta jiwa atau 87,2 persen dari total penduduk Indonesia. Angka tersebut mewakili 13,1 persen total populasi muslim di dunia. Pada skala global, potensi pasar industri halal juga tercermin dari jumlah penduduk muslim yang akan meningkat menjadi 2,2 miliar jiwa pada tahun 2030, padahal tahun 2010 masih sebesar 1,6 miliar (Mubarak & Imam, 2020). Selain

itu, pada tahun 2017, Indonesia merupakan negara yang mampu menghabiskan USD 218,8 miliar untuk perekonomian syariah. Data tersebut menjadi cerminan bahwa Indonesia berpotensi sebagai negara dengan pangsa pasar produk halal terluas di dunia.

Akan tetapi selain memiliki potensi yang sangat besar, ternyata beberapa masih ada permasalahan secara keseluruhan terkait dengan Industri Halal seperti contoh, pertama, banyaknya produsen dan konsumen yang kurang bahkan tidak memperhatikan tentang produk halal, kedua, sebagian besar pelaku UMKM belum memiliki sertifikasi halal, dalam dinamika pengembangan industri halal, kurang dari 10% UMKM yang memiliki sertifikat halal, jauh dibandingkan industri besar yang lebih dari 60 persen ketiga, kurangnya sosialisasi, terdiri dari kurangnya kampanye halal lifestyle dan kurangnya edukasi dan informasi mengenai produk halal. Ditambah lagi dengan adanya undang-undang dasar yang tidak relevan terhadap kewajiban dalam UU No. 20/2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah untuk memberikan akses pasar seluas-luasnya pada pelaku usaha terhadap UU No. 33/2014 tentang Jaminan Produk Halal (JPH) dengan mewajibkan seluruh produk yang beredar, yang diperdagangkan di Indonesia wajib

bersertifikat halal, jangan sampai dengan adanya UU No. 33/2014 tentang Jaminan Produk Halal (JPH) ini akan menghambat atau membatasi keleluasaan UMKM untuk bisa mengakses pasar seluas-luasnya.

### **Kajian Pustaka**

Ahda Segati, 2022. Model Strategi Pengembangan Umkm Dalam Halal Lifestyle Di Masa Pandemi Covid-19. Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (JPKM) Vol. 1 No 1 Januari – Juni 2022.

Indonesia memiliki potensi besar berupa Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) halal dalam mendukung pembangunan. Sebagai wilayah dengan jumlah penduduk Muslim yang besar dan memiliki jumlah UMKM terbanyak dan beraneka ragam, ternyata UMKM halal di Indonesia belum dapat merubah Indonesia menjadi negara Industri Halal terbesar. Penelitian ini memiliki tujuan utama untuk menetapkan model strategi pengembangan UMKM dalam halal lifestyle dimasa pandemi covid-19. Metode yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif. Analisis deskriptif kualitatif dalam penelitian ini akan memberikan gambaran bagaimana model strategi yang dapat mengembangkan UMKM dalam Halal Lifestyle di Indonesia. Sumber data berasal dari berbagai literatur baik dari buku, jurnal ilmiah

dan informasi dari internet, dan sumber data juga berasal dari pengamatan penulis terhadap kondisi yang terjadi di lingkungan sekitar. Hasil penelitian ini adalah ada 5 strategi dalam pengembangan UMKM dalam Halal Lifestyle dimasa Covid-19 yaitu, Kampanye Halal Lifestyle, Kolaborasi sebagai penguatan UMKM, Lembaga Keuangan Syariah (LKS) sebagai supporting system, Halal Awareness bagi Pelaku UMKM, dan Edukasi Terhadap Pelaku UMKM Melalui Kebijakan/Regulasi Pemerintah terkait *Halal Lifestyle* (Ahda, 2022: 79).

Ibnu Supriyadi. 2018. Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Usaha Kecil Dan Usaha Menengah (Ukm) Di Desa Sruni Kecamatan Jenggawah Kabupaten Jember. STIA Pembangunan Jember Majalah Ilmiah "PELITA ILMU" Vol. 1 No.1 Juni 2018 ISSN: 2656-4467.

Peluang bisnis dengan modal kecil yang sangat menguntungkan dan usaha yang menjanjikan penghasilan besar, cocok untuk pemula yang ingin sukses merintis wirausaha, tentunya tidak terlepas dari cara atau strategi anda dalam menentukan target konsumen yang harus dibidik dengan tepat. Menyimak sekilas tentang pertumbuhan Usaha kecil Menengah (UKM) di Indonesia saat ini memang mempunyai peranan penting, dan telah banyak memberikan kontribusi yang cukup besar dalam meningkatkan

perekonomian serta pembangunan negara. Sehingga bentuk peluang bisnis dan usaha yang paling sesuai bagi pemilik modal kecil sebaiknya lebih mengedepankan kreatifitas, karena hal ini bertujuan agar mereka tetap mampu bersaing pada era ekonomi global seperti sekarang ini bahkan sampai masa yang akan datang. Usaha Kecil dan Menengah (UKM) terus didorong oleh pemerintah agar tumbuh dan berkembang melalui Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah. Usaha yang dilakukan pemerintah antara lain membantu promosi lewat pameran, serta menjalin kerjasama dengan marketplace. Namun pengembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) masih menghadapi banyak kendala di berbagai sektor sehingga peluang pasar yang diperoleh belum begitu tinggi (Ibnu, 2018).

Hanna Indi Dian Yunita. 2018. Studi Tentang Peluang Dan Tantangan Industri Pangan Halal Terhadap Perekonomian di Indonesia.

Industri pangan halal merupakan salah satu sektor perekonomian yang sangat potensial. Industri ini mengalami perkembangan global yang sangat pesat. Indonesia merupakan salah satu negara dengan penduduk Muslim terbanyak di dunia. Selain itu, negara ini juga memiliki berbagai potensi besar dalam mengembangkan industri pangan halalnya di kancah global. Namun,

berbagai permasalahan dan bentuk regulasi yang ada, membuat Indonesia masih belum mampu bersaing dengan negara-negara lain. Oleh karenanya, penelitian ini mencoba menggali berbagai peluang dan tantangan industri pangan halal terhadap perekonomian di Indonesia. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kepustakaan (library research) dengan menggunakan berbagai sumber sekunder sebagai bahan penelitian. Hasil dari penelitian ini mengungkapkan bahwa ada beberapa tantangan industri pangan halal di Indonesia: 1) Pengembangan agroindustri dan produk FMCG (Fast Moving Consumer Goods); 2) Pengembangan e-commerce produk pangan halal; 3) pengembangan produk premium halal organik; 4) pengembangan artikel pangan halal dan event pangan halal global; 5) Meningkatkan ekspor pangan halal Indonesia dengan memaksimalkan peluang MEA (Masyarakat Ekonomi ASEAN). Adapun tantangan industri pangan halal di Indonesia: 1) memastikan keberhasilan pelaksanaan jaminan produk halal; 2) Meningkatkan jaminan produk halal di Indonesia dengan adanya perkembangan teknologi; 3) memastikan logistik dan supply chain (rantai pasokan) makanan halal; dan 4) pendanaan syariah bagi perkembangan industri pangan halal (Hanna, 2018: 44).

## **METODOLOGI PENELITIAN**

Berdasarkan deskripsi di atas yaitu untuk mengetahui peluang dan tantangan UMKM halal di pasar nasional, maka jenis penelitian yang diambil adalah kepustakaan (library research). Penelitian kepustakaan merupakan metode dengan melakukan pengumpulan berbagai data pustaka, membaca dan mencatat serta mengolah data tersebut sebagai bahan penelitian (Zed, 2008: 13).

Sedangkan dalam penelitian ini, teknik pengambilan data yang akan dilakukan yakni dengan menggunakan data sekunder. Data sekunder merupakan data yang diperoleh bukan dari sumber utama langsung. Akan tetapi menggunakan sumber-sumber tertulis, yakni antara lain: Al-qur'an dan hadits, jurnal ilmiah, penelitian terdahulu, dokumen-dokumen dari pihak terkait, buku, majalah, artikel ilmiah, maupun data statistik.

## **PEMBAHASAN DAN HASIL**

### **Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Halal**

Dalam Undang-Undang Dasar 1945 yang kemudian dikuatkan oleh Ketetapan MPR atau TAP MPR NO.XVI/MPR-RI/1998 mengenai Politik Ekonomi dalam rangka Demokrasi Ekonomi, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah perlu dikembangkan sebagai

bagian integral ekonomi rakyat yang mempunyai kedudukan, peran, dan potensi strategis untuk mewujudkan struktur perekonomian nasional yang makin seimbang, berkembang, dan berkeadilan. Selanjutnya dibentuklah pengertian UMKM melalui UU No 9 Tahun 1999 dan karena keadaan perkembangan zaman kemudian dirubah ke Undang-Undang No 20 Pasal 1 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.

Sedangkan usaha mikro adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung, dari usaha mikro, usaha kecil atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana dimaksud dalam UU tersebut. Di dalam Undang-undang tersebut, kriteria yang digunakan untuk mendefinisikan UMKM seperti yang tercantum dalam Pasal 6 adalah nilai kekayaan bersih atau nilai aset tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau hasil penjualan tahunan. Dengan kriteria sebagai berikut:

1) Usaha mikro adalah unit usaha yang memiliki aset paling banyak Rp.50 juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha dengan

hasil penjualan tahunan paling besar Rp.300 juta.

- 2) Usaha kecil dengan nilai aset lebih dari Rp. 50 juta sampai dengan paling banyak Rp.500 juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp.300 juta hingga maksimum Rp.2.500.000,00, dan.
- 3) Usaha menengah adalah perusahaan dengan nilai kekayaan bersih lebih dari Rp.500 juta hingga paling banyak Rp.1 milyar hasil penjualan tahunan di atas Rp.2,5 milyar sampai paling tinggi Rp. 50 milyar. 19

Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) sangat penting dan strategis dalam mengantisipasi perekonomian kedepan terutama dalam memperkuat struktur perekonomian nasional. Adanya krisis perekonomian nasional seperti sekarang ini sangat mempengaruhi stabilitas nasional, ekonomi dan politik yang imbasnya berdampak pada kegiatan-kegiatan usaha besar yang semakin terpuruk, sementara UMKM serta koperasi relatif masih dapat mempertahankan kegiatan usahanya.

UMKM halal merupakan industri UMKM yang secara proses telah melalui tahapan teknis yang tidak melanggar kaidah/syariah Islam untuk menghasilkan produk halal. Untuk

memperkuat produk halal, maka diberikan label/sertifikasi halal oleh lembaga yang berwenang. Sejak berdirinya Organisasi Konferensi Islam (OKI) pada awal tahun 1970-an, industri halal pun berkembang secara signifikan di setiap negara muslim, bahkan di negara nonmuslim sekalipun. Masyarakat nonmuslim juga mulai menyadari manfaat dari produk-produk halal mulai dari kebersihan, keamanan, kandungan gizi, dan sebagainya. Gaya hidup halal (halal lifestyle) ini berdampak langsung pada meningkatkan permintaan akan produk halal. Kesadaran akan produk halal (halal awareness) tidak hanya berlaku bagi konsumen selaku pengguna produk, namun juga bagi pelaku usaha, produsen, atau penyedia layanan. Fakta bahwa halal lifestyle telah menjadi tren kekinian menunjukkan bahwa halal awareness konsumen semakin banyak bermunculan. Perkembangan halal lifestyle dan halal awareness mengharuskan pelaku UMKM memiliki sertifikat produk halal. Oleh sebab itu, UMKM harus meningkatkan branding position, membumikan dan menyebarkan halal awareness dan halal *life style*, berhati-hati dalam setiap tahapan proses produksi, menjamin keamanan dan ke higienisan produk, dan meningkatkan daya saing produk untuk diekspor ke negara yang sangat perhatian terhadap produk halal (Arif, 2021: 33).

## **Strategi Pengembangan UMKM**

Strategi adalah cara pemimpin bisnis perusahaan merealisasikan filosofinya. Pengertian ini lebih menekankan pada strategi seharusnya berkaitan dengan keputusan besar yang dihadapi individu atau organisasi dalam melakukan bisnis yaitu keputusan yang menentukan kegagalan dan kesuksesan individu atau organisasi. (Kuncoro, 2005: 265). Strategi sebagai suatu alat untuk mencapai tujuan jangka panjang. Selain itu strategi juga diartikan sebagai tindakan potensial yang membutuhkan keputusan manajemen tingkat atas dan sumber daya perusahaan dalam jumlah yang besar. (David, 2006: 17)

Secara umum strategi merupakan pendekatan secara menyeluruh yang berkaitan dengan pelaksanaan ide/gagasan, perencanaan, dan pelaksanaansuatu kegiatan dalam kurun waktu tertentu. Strategi yang baik lebih menuntut adanya koordinasi tim kerja, memiliki tema, mengidentifikasi faktor pendukung yang sesuai dengan prinsip-prinsip pelaksanaan gagasan secara rasional, efisien dalam pendanaan, dan memiliki taktik untuk mencapai tujuan secara efektif. Strategi juga merupakan perangkat luas rencana organisasi untuk mengimplementasikan keputusan yang diambil demi mencapai tujuan organisasi. Strategi menjadi tiga kelompok yang dapat dipertimbangkan untuk diterapkan dalam suatu

perusahaan yaitu: (1) Strategi perusahaan (corporate strategy), (2) Strategi bisnis atau strategi persaingan, dan (3) Strategi fungsional. (Sudaryanto, dkk, 2011: 53).

Pengembangan dapat diartikan sebagai suatu usaha untuk meningkatkan kemampuan konseptual, teoritis, teknis, dan moral individu sesuai dengan kebutuhan pekerjaan atau jabatan melalui pendidikan dan pelatihan. Mengemukakan bahwa pengembangan UKM lebih diarahkan untuk menjadi pelaku ekonomi yang berdaya saing melalui perkuatan kewirausahaan dan peningkatan produktivitas yang didukung dengan upaya peningkatan adaptasi terhadap kebutuhan pasar, pemanfaatan hasil inovasi dan penerapan teknologi. (Afifuddin, 2010: 180). Pengaruh dari pengembangan UMKM di Indonesia dan melihat peran serta pemerintah dalam meningkatkan pertumbuhan UMKM di Indonesia memiliki hasil positif, baik secara langsung maupun tidak langsung. (Tambunan, 2009: 04)

Pengembangan UMKM pada hakikatnya merupakan tanggungjawab bersama antara pemerintah dan masyarakat. Dengan mencermati permasalahan yang dihadapi oleh UMKM, diperlukan upaya hal-hal seperti: (a) Penciptaan iklim usaha yang kondusif, (b) Bantuan Permodalan, (c) Perlindungan Usaha, (d) Pengembangan

Kemitraan, (e) Pelatihan, (f) Mengembangkan Promosi, dan (g) Mengembangkan Kerjasama yang setara. (Hafsah, 2004: 43-44).

Adapun strategi yang dapat dilakukan oleh para pelaku UMKM dalam mempromosikan barangnya sebagai berikut:

1. Menentukan Harga Sesuai dengan Kualitas yang Maksimal

Selain modal, jangan lupa pula untuk menyiapkan biaya operasional yang dibutuhkan. Apa perbedaan di antara keduanya? Modal dapat diartikan sebagai kumpulan uang atau barang yang nantinya akan digunakan sebagai dasar untuk melakukan suatu pekerjaan. Sementara itu, biaya operasional adalah biaya yang harus dikeluarkan untuk menjalankan aktivitas sehari-hari perusahaan. Biaya operasional akan mencakup bahan produksi, bahan baku, dan gaji karyawan.

Oleh sebab itulah dalam menjalankan usaha maka seorang pengusaha harus memperhatikan harga barang yang sudah disesuaikan dengan kualitas barang sehingga warga sekitar atau para konsumen tidak berpindah atau mencari tempat lain untuk memenuhi kebutuhannya.

2. Memilih Jenis Produk yang Tepat

Strategi pengembangan UMKM berikutnya adalah memilih produk yang tepat, kreatif, inovatif, bermanfaat bagi penggunaannya dan menarik. Hal tersebut harus dapat dipertimbangkan secara matang dan sesuai dengan kajian dalam memilih jenis produk apalagi usaha yang ditekuni akan dikembangkan lebih besar lagi.

### 3. Pilihlah Sumber Daya Manusia yang Terbaik

Dalam pengembangan UMKM yang sedang ditekuni seorang pengusaha harus memperhatikan sumber daya manusia dalam membantu mengembangkan usahanya. Maka dari itulah memilih dan memperhatikan seseorang yang memiliki pengetahuan yang cukup luas tentang pengembangan bisnis yang sedang dijalani dengan melakukan rekrutmen atau seleksi yang cukup mumpuni supaya bisnis tersebut dapat melejit dengan pesat dan menghasilkan keuntungan yang besar, Karena inilah salah satu strategi pengembangan UMKM yang maksimal.

### 4. Lakukan Sistem Promosi

Pada zaman modern ini, media sosial bisa sangat berperan aktif dalam mengenalkan ataupun menyebarkan informasi mengenai UMKM yang sedang di jalani. Dan

tidak hanya soal promosi saja, namun jual beli online juga bisa Anda lakukan melalui media sosial untuk membantu pemasukan bisnis yang sedang dijalani dan di tekuni.

### 5. Memilih Dimana Lokasi Paling Strategis

Strategi pengembangan UMKM yang terakhir adalah terkait lokasi. Meskipun di tempat sepi kita tetap dapat mencari pengunjung juga, namun tetap saja usahakan pula dengan *stay* di tempat yang sering dilewati orang, serta lihatlah daya konsumsi masyarakat di sekitarnya pula. Lengkapilah juga adanya izin HO, SIUP, NPWP, dan lain-lainnya yang sudah ditetapkan sesuai keuangan. (Hari, <https://www.daya.id>: 2020).

## **Analisis Strategi Pengembangan UMKM Halal Di Jember Dalam Menghadapi Persaingan Pasar Nasional (Studi Pada Peluang Dan Tantangan)**

Strategi peningkatan peranan industri halal terhadap PDRB harus didekati berdasarkan jenis-jenis pelaku industri, yakni apakah didominasi oleh skala mikro, kecil, menengah, atau pelaku industri skala besar. Dominasi sektor industri pengolahan di Indonesia dapat dieksplorasi berdasarkan karakteristik pelaku usahanya, dimana sampai saat ini didominasi oleh jenis

pelaku usaha UMKM (Panel B). Selama lima tahun terakhir (2015-2019), rata-rata jumlah pelaku UMKM mencapai 93 persen, sementara jumlah pelaku Usaha Besar (UB) rata-rata per tahun hanya sebesar 7 persen. Data ini menjadi cerminan bahwa pelaku industri halal di Indonesia juga mempunyai probabilitas tinggi didominasi oleh skala UMKM. Oleh karena itu, strategi pengembangan industri halal ke depan harus berorientasi bagi kepentingan UMKM. Pelaku UMKM didorong untuk menyesuaikan karakteristik kegiatan usaha dari hulu hingga hilir sesuai dengan prinsip syariah, meningkatkan kualitas produk, dan menciptakan efisiensi dan efektivitas rantai pasok. Secara umum, dibutuhkan daya saing UMKM sebagai kunci bagi penguatan industri halal nasional.

Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) sangat penting dan strategis dalam mengantisipasi perekonomian kedepan terutama dalam memperkuat struktur perekonomian nasional. Adanya krisis perekonomian nasional seperti sekarang ini sangat mempengaruhi stabilitas nasional, ekonomi dan politik yang imbasnya berdampak pada kegiatan-kegiatan usaha besar yang semakin terpuruk, sementara UMKM serta koperasi relatif masih dapat mempertahankan kegiatan usahanya.

Pengembangan industri halal telah menjadi agenda utama bagi perencanaan strategi pembangunan negara-negara di dunia. Bahkan, beberapa negara yang mayoritas bukan sebagai negara Muslim mempunyai tingkat kesadaran dan kepedulian yang tinggi terhadap integritas status halal yang melibatkan semua aktivitas di sepanjang rantai pasokan (Zulfakar, et.al, 2014: 23).

UMKM halal merupakan industri UMKM yang secara proses telah melalui tahapan teknis yang tidak melanggar kaidah/syariah Islam untuk menghasilkan produk halal. Untuk memperkuat produk halal, maka diberikan label/sertifikasi halal oleh lembaga yang berwenang. Majelis Ulama Indonesia (MUI) akan membantu sertifikasi halal bagi pengusaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Kabupaten Jember, Jawa Timur. Hal ini disampaikan Ketua Komisi Pemberdayaan Ekonomi Umat MUI Jember Ihwan Huda Al Mujib, Sabtu (8/5/2021). "Ini penting. Jadi UMKM harus naik kelas. Ketika naik kelas, legalitas dan sertifikasi halal harus diraih. Selama ini banyak UMKM yang kesulitan mendapatkan sertifikasi halal," kata Ihwan (Sumber: <https://beritajatim.com/ekbis>).

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia, khususnya di Kabupaten Jember, Jawa

Timur didorong untuk mengurus sertifikasi halal pada setiap produknya. Hal tersebut dinilai penting agar produk mereka diserap pasar dan diterima masyarakat yang sebagian besar adalah pemeluk agama Islam.

Bagi sebagian UMKM, sertifikasi halal produk sampai saat ini belum menjadi prioritas, sehingga efektifitasnya menjadi sangat dibutuhkan untuk menunjang pengembangan industri halal. Harapannya mudah-mudahan UMKM khususnya di Jember semua sudah memiliki sertifikasi halal, sehingga meningkatkan daya saing dan daya jual dari produk UMKM, karena jika sudah bersertifikasi halal itu pemasaran akan lebih mudah baik domestik maupun global (Sumber: <https://www.tunasnegeri.com>).

Digitalisasi [pemasaran produk halal](#) untuk pelaku usaha mikro kecil menengah (UMKM) saat ini merupakan keniscayaan untuk bersaing di [pasar global](#). Hal ini akan membantu meningkatkan angka [pemasaran](#) serta membuat [produk UMKM](#) bukan hanya untuk lokal namun juga global.

Digitalisasi [pemasaran produk halal](#) juga sebagai salah satu strategi pengembangan usaha bagi para pelaku usaha [UMKM](#). Produk yang sudah [halal](#) dan bagus perlu mulai diperluas jangkauan pemasarannya

dengan memasukkan produknya melalui digital market agar makin meningkat penjualannya. Jika mengatakan setelah bersertifikat [halal](#) ada peningkatan penjualan produknya, maka dengan memperluas jangkauan [pemasaran](#) secara online (terdigitalisasi) bisa dipastikan akan meningkat lagi penjualannya.

Bukan hanya itu, Kementerian Agama juga menyiapkan 1.894 Penyuluh Agama Islam (PAI) Non Pegawai Negeri Sipil (PNS) sebagai calon pendamping Proses Produk Halal (PPH) pelaku usaha mikro dan kecil (UMK). Pendamping PPH tersebut dibutuhkan untuk percepatan kewajiban sertifikasi [halal](#) pelaku UMK melalui mekanisme pernyataan pelaku usaha atau self declare.

Penyiapan calon pendamping PPH ini dibahas dalam rapat bersama Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH), Direktorat Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam, dan Direktorat Jenderal Pendidikan Islam. Penyiapan calon pendamping PPH ini juga merupakan tindak lanjut dari ketentuan Pasal 5 ayat (3) Peraturan Menteri Agama (PMA) Nomor 20 Tahun 2021 tentang sertifikasi [halal](#) bagi pelaku UMK (sumber: <https://jember.jatimnetwork.com/>).

Adapun peluang dari UMKM halal adalah:

- a) Meningkatnya kepercayaan luar terhadap perekonomian dan industri. Dalam beberapa tahun terakhir perekonomian Indonesia telah mengalami pertumbuhan yang relatif tinggi dan stabil, sehingga hal ini dapat meningkatkan kepercayaan dunia dan investor.
- b) Meningkatnya teknologi dan informasi. Dengan perkembangan teknologi dan informasi khususnya internet, maka semua informasi terkait UMKM halal dapat diketahui dan disebarluaskan melalui media tanpa mengenal batas ruang dan waktu. Hal ini juga membuka ruang pemasaran online (*market place*) serta melalui berbagai media sosial dan platform lainnya.
- c) Perkembangan finansial technology. Perkembangan teknologi keuangan telah menjadikan transaksi keuangan semakin mudah, murah dan cepat, termasuk untuk pembiayaan bagi UMKM dan pembelian produk UMKM halal.

Adapun tantangan pada UMKM dalam meningkatkan produktifitasnya adalah sebagai berikut:

- 1) Memastikan Keberhasilan Pelaksanaan Jaminan Produk Halal

Sebagaimana Undang-undang Jaminan Produk Halal (UU JPH) yang telah ditetapkan pada tahun 2014, membuat regulasi industri pangan halal di Indonesia semakin kompleks. Berbagai aturan dan kebijakan baru dibuat dengan tujuan memaksimalkan jaminan produk halal di Indonesia. Pemerintah dengan i'tikad baiknya telah menunjukkan usahanya. Akan tetapi, sampai saat ini implementasi dari undang-undang tersebut masih belum bisa terlihat. Peraturan-peraturan turunan undang-undang tersebut hingga saat ini belum ada yang mencapai titik finish. Padahal pemerintah menargetkan waktu dua tahun (2016) untuk menyelesaikan peraturan pelaksanaan undang-undang tersebut. Hal ini sesuai dengan pasal 65 UU JPH Nomor 33 Tahun 2014.

Pemerintah memang dituntut untuk segera merealisasikan Undang-undang Jaminan Produk Halal, akan tetapi pemerintah juga harus teliti dalam merumuskan berbagai kebijakan nantinya. Sehingga, jaminan produk halal dapat berjalan efektif dan tepat sasaran. Disisi lain, pelaksanaan dari UU JPH ini memiliki beberapa tantangan kedepannya, yakni:

- a) Dikarenakan seluruh proses sertifikasi bermuara pada BPJH, maka ini menjadi

tantangan bagi lembaga tersebut untuk menyusun sistem sertifikasi yang efektif, kredibel, efisien, dan akuntabel sehingga dapat menjawab tuntutan dan kebutuhan masyarakat (Faidah, 2017: 71).

- b) Penetapan standar halal oleh BSN (Badan Standardisasi Nasional) bersama BPJPH harus mampu mengesampingkan sentimen setiap daerah. Hal tersebut dikarenakan, adanya kantor-kantor LPH diberbagai daerah nanti cenderung akan menampilkan perbedaan yang mencerminkan keragaman pada masing-masing daerah ([www.ampc.com.au](http://www.ampc.com.au), 2018).

## 2) Meningkatkan Jaminan Produk Halal di Indonesia dengan Adanya Perkembangan Teknologi

Dewasa ini perkembangan teknologi tidak bisa dipungkiri. Berbagai alat baru diciptakan oleh untuk memudahkan urusan manusia. Tak terkecuali pada bidang teknologi pangan. Tidak hanya sekedar mengenai alat pengolah pangan, akan tetapi dewasa ini telah banyak dikembangkan alat keakurasian untuk mendeteksi

kehalalan pada bahan makanan. LPPOM MUI sebagai salah satu lembaga penjamin halal, harus bisa menjawab tantangan zaman. Kompleksitas masalah halal-haram dalam industri pangan merupakan tantangan bersama.

Hingga kini diketahui, alat pendeteksi masih sebatas pada deteksi DNA daging babi. Salah satunya adalah PCR (*Polymerase Chain Reaction*) yang merupakan salah satu metode yang akurat dalam untuk mendeteksi cemaran daging babi (Wardani dan Sari, 2015). Akan tetapi, sebagaimana yang diketahui bahwa bahan haram tidak hanya berasal dari babi saja, seperti makanan yang mengandung darah hewan, bangkai dan sejenisnya. Sehingga, lembaga penjamin halal di Indonesia harus mengupayakan jaminan halal secara menyeluruh dengan adanya perkembangan teknologi yang sangat pesat saat ini. Dibutuhkan alat pendeteksi yang akurat, ramah lingkungan dan tidak membutuhkan waktu yang lama. Sehingga diharapkan, kualitas halal produk Indonesia bisa benar-benar terjamin kehalalannya, memiliki daya saing global dan mampu diterima oleh pasar internasional.

### 3) Pendanaan Syari'ah bagi Pengembangan Industri Pangan Halal

Permodalan bagi para pelaku industri pangan halal juga sangat penting bagi perkembangan sektor tersebut, terutama pada UMKM. Tantangan bagi Indonesia untuk menciptakan iklim investasi syariah yang sehat dan mampu menunjang kebutuhan industri pangan halal. Pemerintah harus merumuskan sejumlah kebijakan agar para investor baik asing maupun lokal mau melakukan investasi syariah, terutama bagi para pelaku UMKM pangan halal. Investasi tersebut bisa dialokasikan untuk mempermudah proses sertifikasi halal bagi para pelaku UMKM. Kemudahan tersebut dapat dalam bentuk biaya sertifikasi yang murah serta kemudahan saat pemrosesan.

Disisi lain, kontribusi perbankan syari'ah di Indonesia juga diharapkan mampu meningkatkan perkembangan industri pangan halal. Perbankan syariah memiliki peranan strategis dalam meningkatkan usaha UMKM terutama dalam masalah pendanaan (funding) dan supporting pada masalah pendampingan teknis dan non-teknis. Meski secara kualitatif perbankan syariah sudah melakukan berbagai strategi namun secara

kuantitatif ternyata peran perbankan syariah terhadap UMKM masih belum memuaskan (Suci, 2017: 22).

## PENUTUP

Berdasarkan pada pemaparan di atas maka peneliti dapat memberikan kesimpulan yakni:

- 1) Strategi yang digunakan oleh pelaku UMKM dalam menghadapi persaingan pasar global dan Nasional adalah dengan cara meningkatkan sertifikat halal pada produk yang dihasilkan, meningkatkan SDM UMKM halal, pengoptimalan teknologi yang modern dan tepat guna untuk dapat memenuhi standarasi UMKM halal dan memperkuat konsolidasi dan kordinasi dengan industry (hilirisasi) sehingga pelaku UMKM tersebut dapat bersaing dengan pasar global.
- 2) Meningkatkan sistem pemasaran yang semakin masiv dalam dunia pemasaran dengan menampilkan inovasi produk yang telah dikeluarkan oleh pelaku UMKM, serta meningkatkan branding pada produk-produk UMKM itu sendiri guna meningkatkan minat para konsumen agar tetap setia dan tidak berpindah pada produsen lainnya.
- 3) Dalam memnfaatkan peluang yang sudah ada maka pelaku UMKM

dapat meningkatkan Fintech yang semakin berkembang pesat sehingga dapat meningkatkan laju permintaan dan penawaran pada produk UMKM halal, perkembangan industry 4.0 merupakan sebuah manfaat yang harus dikelola dengan baik dan efisien karena dengan seperti itulah maka akan terciptanya efisiensi dan efektivitas penyebaran industry halal dan meningkatkan teknologi yang semakin berkembang karena masyarakat social yang semakin tidak bias terlepas dari sarana dan prasarana teknologi.

#### Daftar Pustaka

- Afifuddin. 2010. *Pengantar Administrasi Pembangunan*. Bandung: CV Alfabeta.
- Arif Pujiono dkk. 2021. *Strategi Pengembangan Umkm Halal Di Jawa Tengah Dalam Menghadapi Persaingan Global*. Jurnal Indonesian Journal Of Halal, ISSN 2623-162x
- Bank Indonesia, 2016
- Data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah. 2018.
- Data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah. 2020.
- David, F. R. 2006. *Manajemen Strategi; Konsep Edisi Kesepuluh*. Jakarta: Salemba Empat.
- Dr. Prima Aswirna. S.Si. Msc, Silvina Febriyanti, Msi. 2018. *Pengabdian Berbasis Kebijakan Peningkatan Pemahaman Masyarakat Tentang Pentingnya Mengonsumsi Produk Halal Bagi Pemuka Agama Islam Kota Padang*, Skripsi: Hasil Penelitian Pengabdian Masyarakat Kompetitif UIN Imam Bonjol Padang, (2018).
- Hafsah, M. J. 2004. *Upaya Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)*. Jurnal Infokop. Nomor 25 Tahun XX.
- Kuncoro, M. 2005. *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*. Jakarta: Erlangga.
- Mubarok, F.K., & Imam, M.K. 2020. *Halal industry in indonesia, challenges and opportunites*. Journal of Digital Marketing and Halal Industry, Vol. 2, No. 1, pp. 55-64.
- Sudaryanto, Ragimun, dan Rahma R. 2011. *Strategi pemberdayaan UMKM menghadapi pasar bebas ASEAN*. Universitas Negeri Jember.
- Tambunan, T. 2009. *UMKM di Indonesia*. Bogor: Ghalia.

Undang-Undang No.20 Pasal 1 Tahun 2008 tentang *Usaha Mikro, Kecil dan Menengah*.

[global?page=3](#) diakses pada 05 Juli 2022. Jam 10: 30.

Faidah, Mutimmatul. 2017. *Sertifikasi Halal Indonesia dari Civil Society Menuju Relasi Kuasa Antara Negara dan Agama*. Jurnal Studi Keislaman Islamica Volume 11, Nomor 2, Maret 2017. Diakses pada ([islamica.uinsby.ac.id/index.php/islamica/article/download/278/456/](http://islamica.uinsby.ac.id/index.php/islamica/article/download/278/456/)) tanggal 20 Juli 2022

[www.ampc.com.au](http://www.ampc.com.au) diakses pada tanggal 05 Juli 2022

Suci, Yuli Rahmini. 2017. *Perkembangan UMKM (Usaha Kecil Mikro dan Menengah) di Indonesia*. Jurnal Ilmiah Cano Ekonomos Vol. 6 No. 1 Januari 2017. Diakses pada (<https://media.neliti.com/media/publications/58432-ID-none.pdf>) tanggal 20 Juli 2022.

<https://beritajatim.com/ekbis/mui-jember-bantu-sertifikasi-halal-untuk-umkm/> diakses pada 05 Juli 2022. Jam 20: 30.

<https://www.tunasnegeri.com/populasi-muslim-meningkat-bi-jember-dorong-umkm-mengurus-sertifikasi-halal62742-2/> diakses pada 05 Juli 2022. Jam 21: 30.

<https://jember.jatimnetwork.com/nasional/pr-511616079/digitalisasi-marketing-produk-halal-bagi-umkm-untuk-persaingan->