

*Analysis of Business Feasibility Studies in the Development of MSMEs in the Food Sector in View of Halal Aspects*

**Analisis Studi Kelayakan Bisnis dalam Pengembangan UMKM Bidang Pangan Ditinjau dari Aspek Halal**

**Nur Muammalatul Fauzah<sup>1✉</sup>, Abdur Rohman<sup>2</sup>**

Universitas Trunojoyo Madura, Indonesia

✉ 220721100072@student.trunojoyo.ac.id

Received: 14-04-2024

Revised: 05-05-2024

Accepted: 05-05-2024

***ABSTRACT***

*This study aims to gain a deep understanding of the various aspects relevant to the halal nature of food products produced by small and medium enterprises (SMEs). The research method employed is a literature study, involving the collection of data or information from various sources such as books, journals, and websites. The findings suggest that the analysis of business feasibility studies in the development of SMEs food products must ensure the halal status of the products. SMEs in the food sector must implement various production practices that meet the applicable halal standards. Based on the research, it can be concluded that in the context of SMEs business in the food sector. Product halalness is a very important factor in determining business feasibility and sustainability. External factors such as regulations, access to halal certification, and internal factors such as production management have a major influence on the business viability of SMEs. Strict regulations related to product halalness require SMEs to comply with set standards, which can affect production costs and overall operational processes. This research hopes to provide recommendations that can help SMEs overcome challenges and enhance their business viability in producing halal and high-quality food products.*

**Keywords:** *SMEs, food sector, halal products, business feasibility*



## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan pemahaman mendalam tentang berbagai aspek yang relevan dengan kehalalan produk pangan UMKM. Metode penelitian berupa studi literatur, dimana semua data yang dilakukan dengan melibatkan pengumpulan data-data atau informasi dari berbagai sumber bacaan seperti buku-buku, jurnal-jurnal, dan website. Hasil penelitian menunjukkan bahwa analisis studi kelayakan bisnis dalam pengembangan UMKM produk pangan harus memastikan kehalalan pada produk, UMKM di sektor pangan harus menerapkan berbagai praktik-praktik produksi yang memenuhi standar kehalalan yang berlaku. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa dalam konteks bisnis UMKM di sektor pangan, kehalalan produk menjadi faktor yang sangat penting dalam menentukan kelayakan dan keberlanjutan bisnis. Faktor-faktor eksternal seperti regulasi, akses terhadap sertifikasi halal, dan faktor internal seperti manajemen produksi memiliki pengaruh besar terhadap kelayakan bisnis UMKM. Regulasi yang ketat terkait dengan kehalalan produk membutuhkan UMKM untuk mematuhi standar yang ditetapkan, yang dapat mempengaruhi biaya produksi dan proses operasional secara keseluruhan. Penelitian ini diharapkan dapat ditemukan rekomendasi yang dapat membantu UMKM mengatasi tantangan dan meningkatkan kelayakan bisnis mereka dalam memproduksi produk pangan yang halal dan berkualitas.

**Kata Kunci:** UMKM, bidang pangan, kehalalan produk, kelayakan bisnis

## PENDAHULUAN

Krisis yang melanda Indonesia pada tahun 1997 dimulai dengan terjadinya penurunan nilai tukar rupiah terhadap dolar AS dan krisis moneter yang mengakibatkan resesi ekonomi yang parah. Dampak dari krisis ini sangatlah besar terhadap perekonomian Indonesia, menyebabkan ketidakstabilan dan kesulitan ekonomi yang luar biasa. Kejadian ini menunjukkan betapa pentingnya untuk mempertimbangkan struktur ekonomi yang kuat dan tahan terhadap berbagai situasi yang mungkin terjadi. Dalam menghadapi pembangunan ekonomi di masa mendatang, penting bagi Indonesia untuk mengambil pelajaran dari krisis tersebut dan memperkuat fondasi ekonominya agar lebih tangguh dalam menghadapi tantangan ekonomi global maupun domestik yang muncul.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> L, Hanim., E. Sopyonyono., & M, Maryanto. "Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19," *Jurnal Prosiding Seminar Nasional Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat 2*, no. 1 (2021): 30-39.

Krisis ekonomi melanda dunia pada tahun 1997 hingga 1998, kondisi ekonomi Indonesia mengalami penurunan yang signifikan namun, di tengah ketidakpastian tersebut, sektor UMKM berhasil menunjukkan ketahanannya dengan tetap bertahan dan bahkan tumbuh secara signifikan. Data yang dirilis oleh Badan Pusat Statistik menunjukkan bahwa pasca krisis ekonomi, jumlah UMKM di Indonesia tidak mengalami penurunan, bahkan pertumbuhannya meningkat hingga mencapai titik yang mengesankan<sup>2</sup>. UMKM mampu menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar, yakni dari 85 juta hingga 107 juta tenaga kerja hingga tahun 2012. Pada tahun tersebut, jumlah pengusaha di Indonesia mencapai 56.539.560 unit menunjukkan peran yang sangat vital dari sektor UMKM dalam menjaga stabilitas ekonomi dan ketahanan tenaga kerja di Indonesia, terutama di masa-masa sulit seperti krisis ekonomi global.<sup>3</sup>

Jumlah tersebut terlihat bahwa UMKM memiliki peran yang sangat dominan dalam perekonomian Indonesia, dengan mencapai sekitar 99,99% dari total unit usaha yang ada, atau sebanyak 56.534.592 unit. Sementara itu, hanya sekitar 0,01% atau sebanyak 4.968 unit merupakan usaha berskala besar. Fenomena ini menyoroti pentingnya UMKM sebagai motor penggerak ekonomi yang produktif dan berpotensi untuk dikembangkan lebih lanjut. Dukungan terhadap UMKM akan memberikan dampak positif secara makro dan mikro terhadap perkembangan ekonomi Indonesia secara keseluruhan. Selain itu, pertumbuhan UMKM juga dapat memberikan dorongan bagi perkembangan sektor-sektor lain dalam perekonomian, menciptakan sinergi yang berkelanjutan dalam memajukan perekonomian Indonesia secara menyeluruh<sup>4</sup>.

Pengalaman tersebut telah memberikan kesadaran yang mendalam bagi banyak pihak akan pentingnya memberikan dukungan yang lebih besar terhadap bisnis skala UMKM. Persoalan klasik seperti akses terhadap permodalan dari lembaga keuangan pun mulai bisa diatasi. Hal ini terwujud melalui kebijakan yang menitikberatkan pada perluasan pendanaan dan fasilitasi oleh perbankan serta lembaga jasa keuangan non-bank. Adanya peraturan yang mengatur hal tersebut memberikan landasan hukum yang jelas dan mendorong adopsi praktik-praktik yang mendukung pertumbuhan UMKM. Dengan demikian, UMKM dapat lebih

---

<sup>2</sup> Badan Pusat Statistik Indonesia. "Potensi Usaha Mikro Kecil Sensus Ekonomi 2016". <https://www.bps.go.id/id/publication/2018/12/31/e3e59cd2b44229814b5a7176/potensi-usaha-mikro-kecil-sensus-ekonomi-2016.html>.

<sup>3</sup> R, Budiarto., S, H Putero., H, Suyatna., P, Astuti., H, Saptoadi., M, M Ridwan., & B, Susilo., *Pengembangan UMKM antara konseptual dan pengalaman praktis*. Yogyakarta: Ugm Press, 2021.

<sup>4</sup> I, Sudarti. "Tantangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah dalam Menghadapi ASEAN Economic Community 2015," *Jurnal 3rd Economic & Business Research Festival* (November 2014), 1013-1029.

mudah mengakses modal yang diperlukan untuk mengembangkan bisnisnya, yang pada gilirannya akan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi yang lebih inklusif dan berkelanjutan di Indonesia.<sup>5</sup>

Dalam konteks pengembangan UMKM di sektor pangan, pentingnya aspek kehalalan tidak dapat diabaikan. Kehalalan menjadi fokus utama karena kesadaran konsumen terhadap makanan yang halal dan thoyyib semakin meningkat, baik di tingkat lokal maupun global. Dalam sebuah studi kelayakan bisnis, mempertimbangkan aspek kehalalan menjadi sangat relevan karena dapat mempengaruhi penerimaan pasar serta keberlanjutan bisnis dalam jangka panjang. Di Indonesia, sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia, permintaan akan produk halal sangat tinggi. Selain itu, pasar global juga semakin mendorong produk halal, menciptakan peluang ekspor yang besar bagi UMKM di sektor pangan yang memenuhi standar kehalalan. Oleh karena itu, memasukkan aspek kehalalan dalam studi kelayakan bisnis menjadi langkah yang strategis dalam memastikan keberhasilan dan pertumbuhan UMKM di sektor pangan.<sup>6</sup>

Kondisi demografi ini memberikan peluang besar bagi UMKM di sektor pangan yang mengutamakan kehalalan dalam produknya. Selain itu, pasar global juga semakin mengakui nilai ekonomi dan keberlanjutan produk halal, menjadikan produk-produk halal dari Indonesia diminati di pasar internasional. Peluang ekspor produk halal dari Indonesia terus terbuka lebar, dan hal ini menandakan bahwa pengembangan UMKM di sektor pangan yang memenuhi standar kehalalan bukan hanya strategis untuk memenuhi permintaan pasar dalam negeri, tetapi juga sebagai langkah penting dalam meningkatkan daya saing dan penetrasi pasar di luar negeri. Dengan demikian, memasukkan aspek kehalalan dalam studi kelayakan bisnis UMKM di sektor pangan menjadi krusial untuk memastikan keberhasilan bisnis dan pemanfaatan peluang pasar yang ada.<sup>7</sup>

## **METODE PENELITIAN**

Peneliti memilih jenis penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Pendekatan kualitatif deskriptif merupakan penelitian yang menghasilkan data berupa kata-kata baik secara lisan maupun tertulis<sup>8</sup>. Data pada

---

<sup>5</sup> B. L. N, Sastradinata, *Strategi UMKM dan Bisnis Kreatif*. Bumi Aksara, 2024.

<sup>6</sup> F. P, Sari., M, Liantifa., M, Yuliasih., D. A, Irawan., I, Budaya., Z, Setiawan & A. M .A, Pabulo, *Strategi Pengembangan & Pemasaran UMKM: Teori & Studi Kasus*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2023.

<sup>7</sup> Abdurohim, D, *Strategi Pengembangan Kelembagaan UMKM*. Yogyakarta: Bintang, 2023.

<sup>8</sup> lexy j, Moleong, *Metodologi penelitian kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2017.

penelitian ini didapatkan dengan cara studi literatur. Metode studi literatur merupakan kegiatan yang berkenaan dengan metode pengumpulan data-data atau informasi dari berbagai sumber bacaan seperti buku-buku, jurnal-jurnal, dan website lalu dianalisis secara kritis untuk menghasilkan interpretasi sesuai pendekatan yang digunakan. Metode ini menghasilkan data berupa kata-kata tertulis. Artinya dengan proses menelaah beberapa buku dan jurnal untuk memahami makna-makna yang terkandung didalamnya, baik makna yang tersurat ataupun tersirat.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Kelayakan Bisnis

Kelayakan bisnis adalah evaluasi menyeluruh terhadap potensi suatu usaha untuk mencapai tujuan-tujuan yang ditetapkan secara ekonomis, finansial, teknis, dan sosial. Ini melibatkan analisis mendalam terhadap berbagai aspek, termasuk pasar, persaingan, model bisnis, keuangan, sumber daya manusia, dan faktor-faktor risiko yang mungkin terjadi. Proses ini bertujuan untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan dari ide bisnis tersebut serta untuk menilai apakah bisnis tersebut layak untuk dijalankan.<sup>9</sup>

Evaluasi kelayakan bisnis penting karena membantu para pemangku kepentingan, seperti investor, pemilik bisnis, dan pihak lain yang terlibat, untuk membuat keputusan yang lebih baik dan meminimalkan risiko. Dengan menganalisis secara komprehensif aspek-aspek kunci dari bisnis, kelayakan bisnis membantu mengklasifikasikan apakah usaha tersebut memiliki potensi untuk berhasil dan menguntungkan dalam jangka panjang. Hal ini juga memungkinkan para pengusaha untuk menyusun strategi yang tepat, mengalokasikan sumber daya secara efisien, dan menyesuaikan rencana bisnis mereka sesuai dengan temuan evaluasi. Dengan demikian, kelayakan bisnis memainkan peran kunci dalam memastikan keberhasilan dan kelangsungan usaha di pasar yang kompetitif.<sup>10</sup>

### UMKM

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) merujuk kepada sektor bisnis yang terdiri dari perusahaan-perusahaan dengan skala kecil atau menengah dalam hal jumlah karyawan, omset, dan aset. Umumnya, UMKM memainkan peran

---

<sup>9</sup> M. N, Anggia., & M. R, Shihab, "Strategi media sosial untuk pengembangan UMKM." *Jurnal Terapan Teknologi Informasi* 2, no. 2 (Oktober 2018): 159-170.

<sup>10</sup> Prasetya, Rizky. 2020. "Fungsi Utama Stabilitas Sistem Keuangan Pengembangan UMKM".<https://www.bi.go.id/en/fungsi-utama/stabilitas-sistemkeuangan/pengembangan-umkm/>

penting dalam perekonomian suatu negara dengan memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, dan pemerataan distribusi pendapatan. Usaha mikro biasanya didefinisikan sebagai usaha dengan jumlah karyawan kurang dari 10 orang, usaha kecil dengan jumlah karyawan antara 10 hingga 50 orang, dan usaha menengah dengan jumlah karyawan antara 51 hingga 300 orang. UMKM seringkali menjadi sumber inovasi, memperkaya pasar dengan berbagai produk dan layanan, serta mendorong pertumbuhan ekonomi yang inklusif.<sup>11</sup>

Pemerintah dan organisasi lainnya sering memberikan perhatian khusus pada sektor UMKM karena potensi besar mereka dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat, terutama di daerah-daerah pedesaan atau perkotaan yang kurang berkembang. Ini termasuk penyediaan bantuan finansial, pelatihan, akses pasar, dan infrastruktur yang mendukung pertumbuhan UMKM. Dukungan ini bertujuan untuk membantu UMKM dalam mengatasi tantangan-tantangan seperti akses terhadap modal, keterbatasan pengetahuan manajemen, dan persaingan pasar yang sengit, sehingga mendorong pertumbuhan dan keberlanjutan sektor UMKM di berbagai negara.<sup>12</sup>

### **Usaha Bidang Pangan**

Usaha di bidang pangan merujuk pada segala jenis kegiatan ekonomi yang terkait dengan produksi, distribusi, dan konsumsi produk pangan. Ini mencakup segala hal mulai dari pertanian, peternakan, perikanan, pengolahan makanan, hingga jasa dan perdagangan terkait dengan industri makanan dan minuman. Bisnis di sektor pangan menjadi sangat penting karena pangan adalah kebutuhan dasar manusia, dan permintaannya tetap tinggi di seluruh dunia.<sup>13</sup>

Salah satu aspek utama dalam usaha bidang pangan adalah keamanan pangan. Ini mencakup segala tindakan yang diambil untuk memastikan bahwa makanan yang diproduksi dan dikonsumsi aman bagi kesehatan manusia. Hal ini meliputi standar kebersihan dan sanitasi, pemantauan kualitas makanan, serta pengendalian mutu dari bahan baku hingga produk jadi. Selain itu, inovasi dalam bidang pangan juga berkembang pesat, termasuk pengembangan produk-produk baru yang lebih sehat, ramah lingkungan, dan efisien.

---

<sup>11</sup> B, Arianto, "Pengembangan UMKM digital di masa pandemi covid-19." *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis* 6, no. 2 (Desember 2020): 233-247.

<sup>12</sup> Adi, Kwartono, *Analisis Usaha Kecil dan Menengah*. Yogyakarta: Andi Offset, 2007.

<sup>13</sup> N, Ghassani & B, Wardiyanto, "Kemitraan Pengembangan UMKM. (Studi Deskriptif tentang Kemitraan PT. PJB (Pembangkit Jawa Bali) Unit Gresik Pengembangan UMKM Kabupaten Gresik)." *Jurnal Kebijakan dan Manajemen Publik* 3, no. 2 (Februari 2015): 142-151.

Dinamika pasar dan kebiasaan konsumen juga mempengaruhi perkembangan bisnis di bidang pangan. Perubahan pola makan, tren diet, dan preferensi konsumen terhadap makanan organik atau lokal, misalnya, mempengaruhi strategi pemasaran dan diversifikasi produk dalam industri makanan dan minuman. Selain itu, isu-isu global seperti keberlanjutan lingkungan, perubahan iklim, dan distribusi pangan juga menjadi perhatian penting dalam pengembangan usaha di bidang pangan. Dengan demikian, usaha di bidang pangan membutuhkan pemahaman mendalam terhadap tantangan dan peluang yang ada, serta komitmen untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dengan cara yang berkelanjutan dan bertanggung jawab.

### **Aspek Halal**

Aspek Halal merujuk pada konsep kepatuhan terhadap prinsip-prinsip Islam dalam produksi, pengolahan, dan distribusi produk. Istilah "Halal" berasal dari bahasa Arab yang artinya adalah "diperbolehkan" atau "sesuai syariat Islam." Konsep ini mencakup segala aspek kehidupan, termasuk makanan, minuman, farmasi, kosmetik, dan layanan lainnya. Dalam konteks bisnis, aspek Halal menjadi sangat penting karena mempengaruhi pasar global yang luas, terutama bagi konsumen Muslim yang memperhatikan kehalalan produk yang mereka konsumsi.<sup>14</sup>

Pada tingkat produksi, aspek Halal melibatkan penggunaan bahan-bahan yang dianggap halal menurut ajaran Islam, serta proses produksi yang memastikan kebersihan dan kepatuhan terhadap aturan-aturan yang ditetapkan. Ini bisa termasuk pemilihan bahan baku, metode pemrosesan, dan praktik-praktik manufaktur yang sesuai dengan standar Halal. Sertifikasi Halal juga menjadi penting dalam menjamin kepatuhan terhadap prinsip-prinsip tersebut, yang dikeluarkan oleh otoritas atau lembaga yang diakui dalam masing-masing negara.

Pada konteks pasar, aspek halal tidak hanya relevan bagi konsumen Muslim, tetapi juga semakin diminati oleh konsumen non-Muslim yang mencari produk yang dianggap lebih aman, berkualitas, dan ramah lingkungan. Hal ini mengarah pada pertumbuhan industri Halal yang pesat, termasuk dalam sektor makanan dan minuman, keuangan, pariwisata, dan kosmetik. Dengan demikian, pemahaman dan implementasi aspek Halal telah menjadi strategi bisnis yang penting bagi perusahaan-perusahaan di seluruh dunia untuk memperluas pangsa pasar mereka

---

<sup>14</sup> M.M, Sri Handini., M.M, Sukaai., & H. K. A, MM, *Pemberdayaan Masyarakat desa dalam Pengembangan UMKM di wilayah pesisir*. Surabaya: Scopindo Media pustaka, 2019.

dan memenuhi kebutuhan konsumen yang semakin sadar akan aspek kehalalan dan keamanan produk.

### **Persepsi Konsumen terhadap Produk Pangan Halal UMKM**

Persepsi dan preferensi konsumen terhadap produk pangan halal dari UMKM di sektor pangan memiliki peran yang sangat penting dalam menentukan keberhasilan dan keberlanjutan bisnis UMKM tersebut. Hal ini karena kesadaran akan pentingnya konsumsi produk halal telah menjadi salah satu faktor utama yang memengaruhi keputusan konsumen dalam memilih produk makanan. Dalam beberapa tahun terakhir, permintaan akan produk pangan halal telah meningkat secara signifikan, baik di Indonesia maupun di pasar global. Di Indonesia, sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia, konsumen semakin menyadari pentingnya memilih produk pangan yang memenuhi standar kehalalan. Mereka cenderung lebih percaya dan memilih produk dari UMKM yang memiliki sertifikasi halal karena dianggap lebih sesuai dengan prinsip-prinsip keagamaan dan kesehatan yang mereka anut.<sup>15</sup>

Persepsi dan preferensi konsumen terhadap produk pangan halal dari UMKM tidak hanya berkaitan dengan kehalalannya saja, tetapi juga dengan faktor lain seperti kualitas, harga, dan ketersediaan. Konsumen modern tidak hanya mencari produk yang halal, tetapi juga produk yang berkualitas, memiliki cita rasa yang enak, dan dipasarkan dengan harga yang terjangkau. Oleh karena itu, UMKM di sektor pangan perlu memperhatikan aspek-aspek tersebut dalam mengembangkan dan memasarkan produk halal mereka. Selain itu, penggunaan label halal juga dapat menjadi strategi pemasaran yang efektif bagi UMKM untuk menarik minat konsumen. Label halal dapat memberikan jaminan kepada konsumen bahwa produk yang mereka beli telah melewati proses produksi yang sesuai dengan standar kehalalan yang ketat. Dengan demikian, UMKM dapat meningkatkan daya saing mereka di pasar dan meningkatkan loyalitas konsumen.<sup>16</sup>

Dalam era globalisasi dan persaingan pasar yang semakin ketat, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di sektor pangan dituntut untuk terus berinovasi dan meningkatkan kualitas produk serta layanan mereka. Perubahan dinamika pasar yang cepat, terutama dengan munculnya teknologi baru dan tren konsumen yang berkembang, menuntut UMKM untuk beradaptasi dan memperbarui strategi bisnis mereka secara terus-menerus. Ini termasuk

---

<sup>15</sup> D, Rubiyanto., W. P, Wicaksono., M.M, Musawwa., N, Fitri., S.S, Yulirohyami., N, Isnaini & S.P, SI, *Pengembangan UMKM Berbasis Minyak Atsiri Dan Bahan Alam*. Deepublish, 2023.

<sup>16</sup> N. R, Primandari., S.E, Nazipawati., S. P, Munajat., M. T, Ir Lindawati., E. K, Sari & M.S, SP, *Strategi Pengembangan UMKM*. Sleman: Deepublish, 2023.

pengembangan produk baru, peningkatan efisiensi produksi, dan peningkatan pengalaman pelanggan melalui layanan yang lebih baik<sup>17</sup>.

Pelatihan dan pendampingan dari pemerintah maupun lembaga terkait memiliki peran krusial dalam membantu UMKM mengoptimalkan potensi mereka. Program pelatihan yang disesuaikan dengan kebutuhan UMKM dapat membantu meningkatkan keterampilan manajemen, pemasaran, dan keuangan, sehingga mereka dapat mengelola bisnis mereka dengan lebih efektif. Pendampingan juga penting untuk memberikan arahan dan dukungan teknis kepada UMKM dalam menghadapi tantangan sehari-hari dalam menjalankan bisnis mereka.

Selain itu, kolaborasi antara UMKM dan lembaga penelitian atau pendidikan juga dapat membantu meningkatkan inovasi dan pengembangan produk. UMKM dapat memanfaatkan pengetahuan dan sumber daya dari lembaga-lembaga ini untuk melakukan riset pasar, pengembangan produk, dan uji coba produk baru. Dengan demikian, UMKM dapat memperluas jangkauan pasar mereka dan menghasilkan produk yang lebih sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Dalam menghadapi dinamika pasar yang terus berubah, UMKM di sektor pangan perlu tetap adaptif dan responsif terhadap perubahan. Mereka harus terus memantau tren pasar, berinovasi dalam produk dan layanan mereka, serta memperkuat kolaborasi dengan berbagai pihak terkait. Dengan melakukan ini, UMKM dapat tetap relevan dan berkembang dalam lingkungan bisnis yang kompetitif dan berubah dengan cepat.<sup>18</sup>

## **Praktik Produksi untuk Kehalalan Produk UMKM**

Untuk memastikan kehalalan produk pangan mereka UMKM di sektor pangan menerapkan berbagai praktik-produk produksi yang memenuhi standar kehalalan yang berlaku. Praktik-produk ini mencakup proses produksi, penggunaan bahan baku, pengolahan, hingga penyimpanan dan distribusi produk. Salah satu praktik-produk yang umum diterapkan adalah pemilihan bahan baku yang halal dan terpercaya. UMKM biasanya bekerja sama dengan pemasok yang

---

<sup>17</sup> F, Ulya., & P.D, Saputro, "Pengembangan UMKM Kota Surabaya di Era Industri 4.0 melalui Penerapan Financial Technology." *Jurnal Pengabdian Masyarakat ITS NU Pasuruan*. 1, no.1 (2020): 1-17.

<sup>18</sup> R. F, Abdul & O.R, Naula, "Analisis Studi Kelayakan Bisnis Syariah Pada Industri Kecil Dan Menengah Dalam Mendapatkan Pembiayaan Dari Perbankan Syariah." *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance* 5, no 1 (2022).

telah memiliki sertifikasi halal atau melakukan pemeriksaan langsung terhadap bahan baku yang akan digunakan.<sup>19</sup>

Selain itu, UMKM juga mengutamakan penggunaan peralatan dan fasilitas produksi yang bersih dan terjaga kebersihannya. Proses produksi dilakukan dengan mematuhi prinsip-prinsip kebersihan dan sanitasi yang ketat untuk mencegah kontaminasi atau pencemaran produk. Hal ini termasuk pemisahan antara bahan baku halal dan non-halal, serta penggunaan peralatan yang khusus digunakan untuk produksi produk halal.<sup>20</sup>

UMKM melakukan proses pengolahan dengan memperhatikan prosedur yang telah ditetapkan untuk menjaga kehalalan produk. Misalnya, penggunaan bahan tambahan dan aditif yang telah disetujui oleh otoritas kehalalan, serta penggunaan metode pengolahan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Selama proses produksi, UMKM juga menghindari penggunaan bahan-bahan yang dianggap haram atau mencurigakan dari segi kehalalan.

Selain fokus pada aspek produksi, penting bagi UMKM di sektor pangan untuk memperhatikan manajemen yang berkaitan dengan kehalalan produk. Untuk memastikan kepatuhan terhadap standar kehalalan yang berlaku, UMKM seringkali membentuk tim khusus atau menunjuk staf yang bertanggung jawab secara langsung terhadap aspek kehalalan produk. Tim ini biasanya terdiri dari individu yang memiliki pemahaman yang mendalam tentang prinsip-prinsip kehalalan dan memiliki keterampilan dalam memantau dan mengontrol proses produksi.

Peran utama dari tim atau staf kehalalan ini adalah untuk memastikan bahwa seluruh proses produksi dilakukan sesuai dengan standar kehalalan yang berlaku. Mereka bertanggung jawab untuk melakukan pemantauan yang ketat terhadap setiap tahapan produksi, mulai dari pemilihan bahan baku hingga pengemasan akhir produk. Selain itu, mereka juga bertugas untuk melakukan kontrol kualitas secara terus-menerus guna memastikan bahwa produk yang dihasilkan memenuhi semua persyaratan kehalalan yang ditetapkan<sup>21</sup>.

Selain pemantauan dan kontrol, tim kehalalan juga memiliki peran penting dalam melakukan audit terhadap seluruh aktivitas produksi. Audit ini dilakukan secara berkala untuk mengevaluasi kepatuhan UMKM terhadap standar kehalalan

---

<sup>19</sup> I, Rahmawati., L, Sa'adah & S, Afyah, *Efektivitas Penggunaan Media Sosial untuk Pengembangan UMKM Kabupaten Jombang*. LPPM Universitas KH. A. Wahab Hasbullah, 2020

<sup>20</sup> Apip, Alansori & Erna, Listyaningsih, *Kontribusi UMKM terhadap kesejahteraan masyarakat*. Yogyakarta: Penerbit Andi, 2020.

<sup>21</sup> ASEAN. 2024. "Development of Micro, Small, and Medium Enterprises in ASEAN (MSMEs)". <https://asean.org/our-communities/economic-community/resilient-and-inclusive-asean/development-of-micro-small-and-medium-enterprises-in-asean-msme/>

yang berlaku dan mengidentifikasi area-area yang memerlukan perbaikan atau peningkatan. Dengan adanya tim kehalalan yang kompeten dan berdedikasi, UMKM dapat memastikan bahwa produk mereka memenuhi kriteria kehalalan yang tinggi dan dapat dipercaya oleh konsumen.

Meskipun banyak UMKM yang berusaha memastikan kehalalan produk mereka, sebagian dari mereka mungkin masih menghadapi tantangan dalam mematuhi standar kehalalan yang berlaku. Hal ini bisa disebabkan oleh beberapa faktor, seperti keterbatasan sumber daya dan akses terhadap informasi yang diperlukan, kurangnya pemahaman tentang persyaratan kehalalan, serta kurangnya dukungan dan bimbingan dari pihak yang berwenang. Oleh karena itu, penting bagi UMKM untuk terus meningkatkan kapasitas dan pengetahuan mereka tentang kehalalan produk, serta bekerja sama dengan pihak terkait untuk memastikan bahwa praktik-produk produksi yang mereka terapkan sesuai dengan standar kehalalan yang berlaku. Dengan demikian, UMKM dapat memastikan keberlanjutan bisnis mereka dan memenuhi tuntutan konsumen akan produk pangan yang halal dan berkualitas.

### **Pengaruh Faktor Regulasi, Sertifikasi Halal, dan Manajemen Produksi terhadap Kelayakan Bisnis UMKM Pangan**

Faktor-faktor eksternal dan internal memiliki peran penting dalam menentukan kelayakan bisnis UMKM di sektor pangan, terutama dalam konteks kehalalan produk. Faktor eksternal seperti regulasi, akses terhadap sertifikasi halal, dan manajemen produksi, secara langsung memengaruhi operasional dan keberlanjutan bisnis UMKM.<sup>22</sup>

Pertama, regulasi yang berkaitan dengan kehalalan produk memainkan peran kunci dalam menentukan prosedur dan standar yang harus dipatuhi oleh UMKM. Keharusan mematuhi regulasi ini dapat menimbulkan biaya tambahan dan menuntut perubahan dalam proses produksi, yang pada gilirannya dapat mempengaruhi kelayakan bisnis UMKM. Selain itu, ketidakpastian terkait dengan perubahan regulasi juga dapat menciptakan tantangan tambahan bagi UMKM dalam mengelola bisnis mereka.<sup>23</sup>

Kedua, akses terhadap sertifikasi halal menjadi faktor krusial bagi UMKM di sektor pangan. Sertifikasi halal merupakan tanda kepercayaan bagi konsumen Muslim bahwa produk tersebut memenuhi standar kehalalan yang diakui secara

---

<sup>22</sup> T.W, Raharjo, *Pengembangan Ekonomi Masyarakat Melalui Penguatan Kemitraan Usaha UMKM, Koperasi dan Korporasi*. Jakarta Media Publishing, 2018.

<sup>23</sup> R, Budiarto., S. H, Putero., H, Suyatna., P, Astuti., H, Saptoadi., M.M, Ridwan., & B, Susilo, (2018). *Pengembangan UMKM antara konseptual dan pengalaman praktis*.

internasional. Namun, proses untuk memperoleh sertifikasi halal seringkali kompleks dan membutuhkan biaya yang tidak sedikit. UMKM mungkin menghadapi kendala dalam memperoleh sertifikasi halal karena keterbatasan sumber daya dan pemahaman yang cukup tentang proses tersebut. Kurangnya sertifikasi halal dapat menghambat akses UMKM ke pasar yang lebih luas, terutama di kalangan konsumen yang lebih peduli akan kehalalan produk.

Faktor internal seperti manajemen produksi turut memengaruhi kelayakan bisnis UMKM dalam konteks kehalalan produk. Manajemen produksi yang efektif menjadi kunci utama dalam memastikan bahwa seluruh proses produksi berjalan sesuai dengan standar kehalalan yang berlaku. Hal ini meliputi pengawasan terhadap pemilihan bahan baku yang sesuai dengan prinsip kehalalan, penggunaan metode produksi yang tepat, hingga proses pengemasan yang steril dan aman.

Kurangnya pemahaman atau pengalaman dalam manajemen produksi dapat menyebabkan terjadinya kesalahan dalam proses produksi yang berpotensi merugikan kehalalan produk. Misalnya, penggunaan bahan baku yang tidak memenuhi standar kehalalan atau penggunaan peralatan produksi yang tidak steril dapat mengakibatkan kontaminasi dan mencoreng reputasi produk. Oleh karena itu, UMKM perlu meluangkan waktu dan sumber daya untuk mengembangkan kapasitas dan pengetahuan manajerial mereka, termasuk pengetahuan tentang prinsip-prinsip kehalalan dan teknik produksi yang sesuai.

Investasi dalam pengembangan kapasitas manajemen produksi tidak hanya akan meningkatkan kualitas produk secara keseluruhan, tetapi juga akan memastikan keberhasilan produksi yang konsisten dalam jangka panjang. Dengan memiliki tim yang terampil dan berpengetahuan tentang manajemen produksi yang efektif, UMKM dapat memastikan bahwa setiap langkah dalam proses produksi dilakukan dengan tepat dan memenuhi standar kehalalan yang ditetapkan. Hal ini akan membantu membangun reputasi yang baik di mata konsumen, meningkatkan kepercayaan terhadap produk mereka, dan pada akhirnya meningkatkan kelayakan bisnis secara keseluruhan.

Secara keseluruhan, faktor-faktor eksternal dan internal saling berinteraksi dan saling memengaruhi dalam menentukan kelayakan bisnis UMKM di sektor pangan, terutama dalam konteks kehalalan produk. Faktor-faktor eksternal seperti regulasi dan akses terhadap sertifikasi halal berperan dalam menciptakan kerangka kerja yang mengatur aktivitas UMKM dan menentukan tingkat kepatuhan mereka terhadap standar kehalalan yang berlaku. Di sisi lain, faktor internal seperti manajemen produksi mempengaruhi kemampuan UMKM untuk memastikan bahwa produk-produk mereka memenuhi kriteria kehalalan yang ditetapkan.

UMKM perlu memperhatikan semua aspek tersebut dengan cermat agar dapat mengelola bisnis mereka secara efektif dan memastikan kelayakan bisnis dalam jangka panjang. Ini termasuk mengidentifikasi dan mengatasi tantangan yang mungkin timbul seiring dengan perubahan regulasi atau tren pasar yang baru muncul. Dengan memperhatikan faktor-faktor eksternal dan internal secara holistik, UMKM dapat mengambil langkah-langkah yang tepat untuk meningkatkan kepatuhan mereka terhadap standar kehalalan dan memastikan bahwa produk-produk mereka tetap bersaing di pasar yang semakin ketat.

Dukungan dari pihak terkait, terutama pemerintah dan lembaga terkait, juga memegang peranan penting dalam membantu UMKM mengatasi kendala-kendala yang dihadapi. Melalui penyediaan program pelatihan, bantuan teknis, dan insentif keuangan, pemerintah dapat membantu UMKM dalam meningkatkan kapasitas mereka dan memperkuat posisi mereka di pasar. Sementara itu, kerja sama dengan lembaga-lembaga riset atau pendidikan dapat membantu UMKM dalam mengembangkan inovasi produk dan praktik terbaik dalam memastikan kehalalan produk mereka.

Dengan adanya dukungan dan kerjasama yang kuat dari berbagai pihak terkait, UMKM di sektor pangan dapat mengatasi tantangan dan memastikan keberlanjutan bisnis mereka dalam menghadapi dinamika pasar yang terus berubah. Ini akan membantu memperkuat kontribusi UMKM terhadap perekonomian dan meningkatkan daya saing industri pangan secara keseluruhan.

## **KESIMPULAN**

Dalam konteks bisnis UMKM di sektor pangan, kehalalan produk menjadi faktor yang sangat penting dalam menentukan kelayakan dan keberlanjutan bisnis. Faktor-faktor eksternal seperti regulasi, akses terhadap sertifikasi halal, dan faktor internal seperti manajemen produksi memiliki pengaruh besar terhadap kelayakan bisnis UMKM. Regulasi yang ketat terkait dengan kehalalan produk membutuhkan UMKM untuk mematuhi standar yang ditetapkan, yang dapat mempengaruhi biaya produksi dan proses operasional secara keseluruhan. Selain itu, akses terhadap sertifikasi halal menjadi tantangan bagi UMKM karena kompleksitas dan biaya yang terlibat dalam proses mendapatkan sertifikasi tersebut. Kurangnya manajemen produksi yang efektif juga dapat menghambat UMKM dalam memastikan kehalalan produk mereka.

**REFERENSI**

- Anggia, M. N., & Shihab, M. R. "Strategi media sosial untuk pengembangan UMKM." *Jurnal Terapan Teknologi Informasi* 2, no. 2 (Oktober 2018): 159-170.
- Arianto, B. "Pengembangan UMKM digital di masa pandemi covid-19." *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis* 6, no. 2 (Desember 2020): 233-247.
- Alansori, Apip & Listyaningsih, Erna. *Kontribusi UMKM terhadap kesejahteraan masyarakat*. Yogyakarta: Penerbit Andi, 2020.
- Abdul, R. F & Naula, O. R. "Analisis Studi Kelayakan Bisnis Syariah Pada Industri Kecil Dan Menengah Dalam Mendapatkan Pembiayaan Dari Perbankan Syariah." *Jurnal Tabarru' : Islamic Banking and Finance* 5, no 1 (2022).
- ASEAN. 2024. "Development of Micro, Small, and Medium Enterprises in ASEAN (MSMEs)". <https://asean.org/our-communities/economic-community/resilient-and-inclusive-asean/development-of-micro-small-and-medium-enterprises-in-asean-msme/> (diakses pada tanggal 14 April 2024 ).
- Budiarto, R., Putero, S. H Suyatna, H., Astuti, P., Saptoadi, H., Ridwan, M. M., & Susilo, B. *Pengembangan UMKM antara konseptual dan pengalaman praktis*. Yogyakarta: Ugm Press, 2021.
- Badan Pusat Statistik Indonesia. "Potensi Usaha Mikro Kecil Sensus Ekonomi 2016". <https://www.bps.go.id/id/publication/2018/12/31/e3e59cd2b44229814b5a7176/potensi-usaha-mikro-kecil-sensus-ekonomi-2016.html> (diakses pada tanggal 31 Maret 2024).
- Dindin, Abdurohim. *Strategi Pengembangan Kelembagaan UMKM*. Yogyakarta: Bintang, 2023.
- Ghassani, N., & Wardiyanto, B. "Kemitraan Pengembangan UMKM. (Studi Deskriptif tentang Kemitraan PT. PJB (Pembangkit Jawa Bali) Unit Gresik Pengembangan UMKM Kabupaten Gresik)." *Jurnal Kebijakan dan Manajemen Publik* 3, no. 2 (Februari 2015): 142-151.
- Hanim, L., Sopyono, E., & Maryanto, M. "Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19." *Jurnal Prosiding Seminar Nasional Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat* 2, no. 1 (2021): 30-39.
- Kwartono, Adi. *Analisis Usaha Kecil dan Menengah*. Yogyakarta: Andi Offset, 2007.
- Moleong, lexy j. *Metodologi penelitian kualitatif* . Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2017.

- Primandari, N. R., Nazipawati, S. E., Munajat, S. P., Ir Lindawati, M. T., Sari, E. K., & SP, M. S. *Strategi Pengembangan UMKM*. Sleman: Deepublish, 2023.
- Prasetya, Rizky. 2020. "Fungsi Utama Stabilitas Sistem Keuangan Pengembangan UMKM". <https://www.bi.go.id/en/fungsi-utama/stabilitas-sistem-keuangan/pengembangan-umkm/> ( diakses pada tanggal 13 April 2024 ).
- Raharjo, T. W. *Pengembangan Ekonomi Masyarakat Melalui Penguatan Kemitraan Usaha UMKM, Koperasi dan Korporasi*. Jakarta Media Publishing, 2018.
- Rahmawati, I., Sa'adah, L., & Afiyah, S. *Efektivitas Penggunaan Media Sosial untuk Pengembangan UMKM Kabupaten Jombang*. LPPM Universitas KH. A. Wahab Hasbullah, 2020.
- Rubiyanto, D., Wicaksono, W. P., Musawwa, M. M., Fitri, N., Yulirohyami, S. S., Isnaini, N., ... & Si, S. P. *Pengembangan UMKM Berbasis Minyak Atsiri Dan Bahan Alam*. Deepublish, 2023.
- Sari, F. P., Liantifa, M., Yuliasih, M., Irawan, D. A., Budaya, I., Setiawan, Z., ... & Pabulo, A. M. A. *Strategi Pengembangan & Pemasaran UMKM: Teori & Studi Kasus*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2023.
- Sastradinata, B. L. N. *Strategi UMKM dan Bisnis Kreatif*. Bumi Aksara, 2024.
- Sri Handini, M. M., Sukaai, M. M., & MM, H. K. A. *Pemberdayaan Masyarakat desa dalam Pengembangan UMKM di wilayah pesisir*. Surabaya: Scopindo Media pustaka, 2019.
- Sudarti I. "Tantangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah dalam Menghadapi ASEAN Economic Community 2015." *Jurnal 3rd Economic & Business Research Festival* (November 2014), 1013-1029.
- Ulya, F., & Saputro, P.D. "Pengembangan UMKM Kota Surabaya di Era Industri 4.0 melalui Penerapan Financial Technology." *Jurnal Pengabdian Masyarakat ITS NU Pasuruan*. 1, no.1 (2020): 1-17.