

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan industri makanan halal terus mengalami peningkatan yang signifikan termasuk di Indonesia. Indonesia memiliki penduduk Muslim terbesar di dunia, sebanyak 229 juta orang, atau 87,2% dari populasi nasional¹. Indonesia adalah pasar yang sangat potensial untuk barang atau makanan halal. Dimana ekspor produk halal Indonesia pada Oktober 2023 mencapai US\$ 42,3 miliar atau setara Rp 656 triliun, dengan kontribusi terbesar dari industri makanan dan minuman halal, yang mencapai USD 7,2 miliar pada tahun sebelumnya.

Beberapa faktor mendorong pertumbuhan industri makanan halal ini. Salah satunya adalah kesadaran masyarakat Muslim akan pentingnya mengonsumsi makanan halal dan sehat. Selain itu, tren gaya hidup sehat meningkatkan permintaan makanan halal yang bersih dan sehat. Tidak hanya di kalangan Muslim, produk makanan halal juga tersedia untuk orang non-Muslim yang menginginkan makanan yang lebih higienis dan berkualitas tinggi².

Perkembangan industri makanan halal yang semakin pesat, membuat Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat penting. UMKM merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia dan berkontribusi

¹ “Populasi Muslim Indonesia Terbanyak di Asia Tenggara, Berapa Jumlahnya? | Databoks,” accessed May 19, 2024, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/10/19/populasi-muslim-indonesia-terbanyak-di-asia-tenggara-berapa-jumlahnya>.

² Mas Wahyu Wibowo and Fauziah Sheikh Ahmad, “Non-Muslim Consumers’ Halal Food Product Acceptance Model,” *Procedia Economics and Finance* 37 (2016): 276–83, [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(16\)30125-3](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(16)30125-3).

signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi nasional. UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) memiliki kontribusi yang signifikan terhadap PDB (Produk Domestik Bruto) Indonesia. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, sektor UMKM memberikan kontribusi sebesar 61% terhadap PDB Indonesia, atau senilai dengan Rp9.580 triliun. Selain itu, UMKM juga memiliki peran penting dalam penyerapan tenaga kerja, dengan mencapai 97% dari total tenaga kerja di Indonesia. Angka ini meningkat dibandingkan tahun 2019 yang mencapai 60,51%. Selain itu, UMKM juga menyerap lebih dari 97% tenaga kerja nasional dan menjadi sumber utama pendapatan bagi sebagian besar masyarakat Indonesia.³

Akan tetapi UMKM seringkali menghadapi berbagai tantangan dalam mengembangkan bisnisnya, termasuk dalam industri makanan halal. Tantangan-tantangan tersebut antara lain keterbatasan modal, akses pasar yang terbatas, persaingan usaha yang semakin ketat, serta fluktuasi harga.⁴ Selain itu, UMKM juga harus bersaing dengan pemain besar di industri yang sama, baik dari dalam negeri maupun luar negeri.

Salah satu UMKM yang bergerak di industri makanan halal adalah ConkPizza, yang berlokasi di desa Pamorah, kecamatan Tragah Kabupaten Bangkalan, Jawa Timur. ConkPizza merupakan UMKM yang memproduksi pizza halal menggunakan bahan pilihan serta prosedur produksi yang terjaga

³ “Dorong UMKM Naik Kelas dan Go Export, Pemerintah Siapkan Ekosistem Pembiayaan yang Terintegrasi - Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia,” accessed May 20, 2024, <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/5318/dorong-umkm-naik-kelas-dan-go-export-pemerintah-siapkan-ekosistem-pembiayaan-yang-terintegrasi>.

⁴ Lina Rifda Naufalin, “Tantangan Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di Kabupaten Banyumas,” *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Akuntansi (JEBA)* 22 (2020): 95–102, <https://doi.org/10.32424/jeba.v22i1.1567>.

kebersihannya. Usaha ini didirikan pada tanggal 5 September 2021 oleh Bapak Chairuddin, seorang wirausahawan muda yang terinspirasi untuk menciptakan pizza halal yang lezat dan sehat serta berkeinginan membuka banyak lapangan kerja dan memperluas ekspansinya.

Keunggulan strategis yang dimiliki ConkPizza terletak pada posisinya sebagai satu-satunya pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang memproduksi dan memasarkan pizza halal di kabupaten Bangkalan. Ketiadaan pesaing pada segmen produk yang sama memberikan posisi monopoli secara alami yang dapat dimanfaatkan untuk mengoptimalkan penetrasi pasar, membangun citra merek, serta meningkatkan loyalitas konsumen. Peluang ini tidak hanya berdampak pada peningkatan omzet, tetapi juga memperkuat daya saing jangka panjang di benak konsumen.

Awalnya usaha ini dilakukan di rumah *owner*, kemudian dalam rentang waktu beberapa tahun terakhir ConkPizza menunjukkan perkembangan yang pesat. Produk pizza halal mereka telah bersertifikasi halal pada tanggal 9 Maret 2023 dan telah mendapat tempat di hati masyarakat Bangkalan dan sekitarnya. Kemudian mendirikan beberapa *stand* yang tersebar di beberapa wilayah di Bangkalan, diantaranya berlokasi di Bangkalan kota tepatnya di area Stadion Gelora Bangkalan, di depan kantor Radar Madura dan di kecamatan Burneh. Omzet dari tiap *stand* menghasilkan sekitar Rp. 100.000–Rp. 1.000.000 per hari.

Akan tetapi ConkPizza masih menghadapi tantangan dalam mengembangkan usahanya lebih jauh, seperti persaingan dengan pemain besar di industri pizza, baik lokal maupun internasional. Selain itu, keterbatasan sumber

daya, baik modal maupun sumber daya manusia, serta strategi pemasaran yang kurang efektif juga menjadi hambatan bagi pertumbuhan ConkPizza. Upaya untuk menghadapi tantangan tersebut, diperlukan analisis yang mendalam terhadap strategi pengembangan ConkPizza sebagai UMKM di industri makanan halal. Analisis *SWOT* (*Strengths, Weakness, Opportunities, Threats*) merupakan salah satu metode yang dapat digunakan untuk menganalisis aspek internal dan eksternal yang memberikan dampak pada operasional serta eksistensi dari ConkPizza. Hal ini dapat dengan menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi ConkPizza, kemudian dirumuskan strategi yang tepat untuk mengembangkan usaha ini.

Strengths atau kekuatan yang dimiliki ConkPizza antara lain produk yang berkualitas dan halal, lokasi usaha yang strategis, serta komitmen yang kuat dari pemilik untuk mengembangkan bisnisnya. Namun, di sisi lain, ConkPizza juga memiliki beberapa kelemahan (*weakness*) seperti keterbatasan modal, sumber daya manusia yang terbatas, serta kurangnya pengalaman dalam memasarkan produk secara luas.

Terdapat beberapa peluang (*opportunities*) yang dapat dimanfaatkan oleh ConkPizza, seperti pertumbuhan permintaan akan produk makanan halal, perkembangan teknologi informasi yang memudahkan pemasaran, serta kebijakan pemerintah yang mendukung UMKM. Namun, ancaman (*threats*) juga hadir dalam bentuk persaingan yang ketat dengan pemain besar di industri pizza, perubahan selera konsumen, serta fluktuasi harga bahan baku.

Strategi pengembangan ConkPizza dapat dirumuskan secara komprehensif dengan mengidentifikasi faktor-faktor tersebut. Strategi tersebut dapat mencakup aspek produksi, pemasaran, sumber daya manusia, dan aspek lainnya yang relevan dengan industri makanan halal. Misalnya, untuk meningkatkan produksi, strategi yang dapat diterapkan adalah menambah kapasitas produksi, meningkatkan efisiensi proses produksi, serta menjaga konsistensi kualitas dan kehalalan produk. Dalam aspek pemasaran, strategi yang dapat dilakukan antara lain memanfaatkan media sosial dan platform *e-commerce*, melakukan promosi yang lebih efektif, serta mengembangkan jaringan distribusi yang lebih luas.

Analisis SWOT dalam penelitian ini diperkuat dengan pendekatan *Internal Factor Analysis Summary (IFAS)* dan *External Factor Analysis Summary (EFAS)* untuk memperoleh gambaran yang lebih mendalam mengenai kondisi internal dan eksternal perusahaan. Melalui *IFAS*, berbagai faktor internal seperti kekuatan dan kelemahan ConkPizza dapat diidentifikasi dan diberi bobot serta rating untuk mengetahui seberapa besar pengaruhnya terhadap pengembangan usaha. Sementara itu *EFAS* digunakan untuk menilai peluang dan ancaman dari lingkungan eksternal yang dapat memengaruhi keberlangsungan bisnis. Penggunaan kedua metode ini memungkinkan peneliti merumuskan strategi yang lebih akurat dan terukur sehingga rekomendasi pengembangan ConkPizza sebagai pelaku UMKM di industri makanan halal dapat disusun secara komprehensif dan berbasis data.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan, berikut adalah identifikasi masalah yang dapat diambil sebagai dasar penelitian :

1. Banyak produsen makanan halal tidak memiliki strategi pengembangan yang jelas dan terarah. Mereka juga tidak memahami betapa pentingnya melakukan analisis *SWOT* saat membangun strategi bisnis.
2. Adanya persaingan ketat dengan produk non-halal dan halal yang diimpor serta adanya batasan pada kemampuan untuk bersaing dari segi harga, kualitas dan pemasaran.
3. Kurangnya pengetahuan dan informasi yang memadai tentang manfaat dan keuntungan produk halal serta adanya perbedaan pendapat konsumen tentang produk halal terutama di pasar non-Muslim.
4. Peluang dan dukungan dalam pengembangan produk halal didukung oleh pemerintah, pertumbuhan industri halal yang pesat memberikan peluang besar untuk ekspansi bisnis.

C. Pembatasan Masalah

Penelitian ini berfokus pada strategi pengembangan UMKM menggunakan metode *SWOT* yang dianggap paling signifikan dan relevan serta meneliti UMKM dengan jumlah pendapatan yang termasuk dalam usaha mikro dan berfokus pada industri makanan halal. Dengan pembatasan masalah ini, peneliti dapat memfokuskan analisis pada aspek-aspek yang paling penting dan memberikan rekomendasi strategis yang lebih spesifik dan bermanfaat bagi UMKM makanan halal dalam menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang pasar.

D. Rumusan Masalah

Berlandaskan latar belakang yang sudah dipaparkan, maka rumusan masalah pada penelitian ini yakni:

1. Bagaimana kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman UMKM ConkPizza dalam industri makanan halal?
2. Bagaimana strategi yang diterapkan ConkPizza melalui *SWOT* dengan pendekatan *IFAS* dan *EFAS* untuk pengembangan industri makanan halal?

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan penelitian ini untuk menjawab rumusan masalah yang telah disusun yakni:

1. Untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman UMKM ConkPizza dalam industri makanan halal.
2. Untuk mengetahui strategi yang diterapkan ConkPizza melalui *SWOT* dengan pendekatan *IFAS* dan *EFAS* untuk pengembangan industri makanan halal.

Penelitian yang akan dilakukan ini diharapkan dapat bermanfaat bagi semua pihak baik secara langsung maupun tidak langsung, diantaranya:

1. Manfaat Teoritis

Hasil yang akan diperoleh dari penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai tambahan dalam ilmu pengetahuan, baik sebagai referensi maupun sebagai daftar bacaan yang nantinya dapat dijadikan sebagai rujukan perkembangan ilmu pengetahuan kedepannya mengenai strategi pengembangan UMKM industri halal melalui analisis *SWOT*.

2. Manfaat Praktik

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi tambahan untuk industri makanan halal UMKM tentang bagaimana strategi pengembangan yang dilakukan dengan analisis *SWOT*. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi

masukannya bagi para UMKM untuk dapat menentukan strategi pengembangan untuk UMKM yang dijalankan menggunakan analisis *SWOT* serta dapat menambah literatur ilmiah di perpustakaan Universitas Trunojoyo Madura dan berpotensi menjadi referensi untuk penelitian lanjutan, khususnya terkait pengembangan strategi menggunakan analisis *SWOT*.

F. Kajian Pustaka

Berdasarkan kajian penelitian kepustakaan, penulis telah melakukan tinjauan pustaka terhadap berbagai temuan dari penelitian sebelumnya. Sebagai bahan rujukan dan mengetahui celah dari penelitian sebelumnya. Telah banyak peneliti yang mengkaji tentang strategi pengembangan UMKM menggunakan analisis *SWOT* diantaranya:

1. Penelitian oleh Muhammad Andika tahun (2020) berjudul “Penerapan Analisis *SWOT* Sebagai Strategi Pengembangan PT Al Muchtar Tour dan Travel dalam Perspektif Ekonomi Islam” penelitian ini mengadopsi metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data lewat wawancara, observasi, serta dokumentasi. Hasil yang didapatkan PT Al Muchtar Tour dan Travel memiliki potensi yang besar untuk dikembangkan di wilayah Banda Aceh. Hasil analisis *SWOT* menunjukkan posisi perusahaan berada pada kuadran I dengan artian kondisi ini menguntungkan menggunakan strategi agresif. Strategi SO (*Strength Opportunities*) memiliki kekuatan internal supaya dapat mengoptimalkan peluang eksternal, contohnya memperluas jaringan serta meningkatkan kualitas layanan. Adapun strategi WO (*Weakness Opportunities*) kelemahan yang ada seperti kurangnya promosi dapat terselesaikan dengan pemanfaatan potensi

permintaan umroh yang tinggi, jika di perhatikan dari sudut pandang islam strategi perkembangan usaha yang diterapkan telah sesuai dengan prinsip dalam islam seperti kejujuran, amanah, kemampuan dalam berkomunikasi, dan konsistensi dalam melakukan usaha⁵.

2. Penelitian oleh Wahdiyat Moko dan Dhara Dyah Wulandari pada tahun (2022) yang berjudul “Analisis Strategi Pengembangan Bisnis pada UMKM Busana Cloura menggunakan Pendekatan Analisis *SWOT* dan *QSPM* Matriks” Penelitian ini mengadopsi metode deskriptif kualitatif. Hasil yang didapatkan berdasarkan analisis *QSPM* Matrix, strategi pengembangan bisnis yang dihasilkan berupa upaya memperluas market share melalui intensitas kegiatan pemasaran⁶.
3. Penelitian oleh Ratih Puspita Sari, Iis Mariam dan Mawarta Onida Sinaga tahun (2021) yang berjudul “Analisis Strategi Pengembangan Bisnis melalui Matriks *SWOT* pada startup Makana Halal.id” penelitian ini mengadopsi metode deskriptif kualitatif melalui wawancara mendalam. Hasil yang didapatkan terdapat empat kategori strategi utama yang diarahkan untuk mengembangkan bisnis startup MakananHalal.id. Strategi pertama berupa Alternatif Strategi *SO*, yang bertujuan untuk memperluas promosi melalui media sosial, serta membangun kemitraan sebagai mitra operasional. Strategi kedua berupa Alternatif Strategi *WO*, yang bertujuan untuk meningkatkan trafik dengan membentuk sosial media yang menyajikan konten kreatif, atau memberikan kuis

⁵ Muhammad Andika, *Penerapan Analisis Swot Sebagai Strategi Pengembangan PT Al Muchtar Tour dan Travel Dalam Perspektif Ekonomi Islam*, 2020.

⁶ Wahdiyat Moko, *Analisis Strategi Pengembangan Bisnis pada UMKM Busana Cloura Menggunakan Pendekatan Analisis SWOT dan Qspm Matriks*, 1, no. 1 (2022).

pemberian giveaway saat sesi siaran langsung (live). Selain itu juga dapat dengan mencakup perluasan area pengiriman ke wilayah di luar DKI Jakarta supaya layanan aplikasi MakananHalal.id bisa dijangkau lebih luas. Strategi ketiga yakni Alternatif Strategi ST yang berfokus pada kolaborasi dengan pebisnis jastip guna menciptakan pre-order di aplikasi serta menonjolkan fleksibilitas layanan di aplikasi MakananHalal.id. Strategi keempat yakni Alternatif Strategi WT memfokuskan kerja sama dengan pebisnis restoran yang belum membuka layanan pengiriman online serta memperluas cakupan pengiriman lebih dari 25 kilometer guna meningkatkan daya saing dengan aplikasi lain. Fokus penelitian berikutnya adalah strategi pemasaran digital untuk bisnis makanan halal⁷.

4. Penelitian oleh Silvia Rifky Harviana dan Titik Ulfatum tahun (2023) dengan judul “Strategi Pengembangan UMKM Sektor Pengrajin Gitar di Kecamatan Baki, Sukoharjo Menggunakan Analisis *SWOT*” penelitian ini mengadopsi metode kualitatif. Hasil yang didapatkan bahwa UMKM sektor pengrajin gitar di Kecamatan Baki, Sukoharjo menempati posisi yang menguntungkan ditunjang dengan adanya kekuatan serta peluang besar yang memungkinkan pemanfaatan secara optimal. Oleh karena itu diperlukan dukungan perusahaan akan kebijakan pertumbuhan yang dinamis. Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi pengembangan UMKM sektor pengrajin gitar di Kecamatan Baki,

⁷ Ratih Puspita Sari, Iis Mariam, and Mawarta Onida Sinaga, “Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Melalui Matriks *SWOT* pada Startup MakananHalal.id,” *Journal of Management and Business Review* 18, no. 3 (July 2021): 630–39, <https://doi.org/10.34149/jmbr.v18i3.219>.

Sukoharjo dalam meningkatkan kualitas pembuatan gitar telah berjalan dengan efektif⁸.

5. Penelitian oleh Rido Nugraha tahun (2023) berjudul “Analisis SWOT Terhadap Urgensi Sertifikasi Halal Fashion Sebagai Preferensi Konsumen Muslim” penelitian ini mengadopsi metode kualitatif deskriptif. Hasil yang didapatkan yakni sertifikasi halal pada industri fashion mempunyai peranan penting pada minat daya tarik pembelian konsumen Muslim di industri fashion. Pada industri fashion halal terdapat beberapa kekuatan seperti produk dengan kualitas tinggi, sesuai dengan prinsip syariah, desain fashion mengikuti tren, dan memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan produk fashion halal. Hal ini membuktikan dengan adanya sertifikasi halal dapat meningkatkan kepercayaan konsumen pada produk. Kelemahan yang ada berupa modal, keterbatasan produk, serta persaingan harga dengan produk fashion lainnya. Pada sisi peluang bisa menjadi bahan peluang untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya produk halal. Penelitian ini menunjukkan bahwa sertifikasi halal menjadi bagian penting untuk pelaku usaha saat mengembangkan usaha fashion halal guna membangun kepercayaan konsumen Muslim pada produk fashion halal⁹.

8 Silvia Rifky Harviana and Titik Ulfatun, *Strategi Pengembangan Umkm Sektor Pengrajin Gitar di Kecamatan Baki, Sukoharjo Menggunakan Analisis SWOT*, 2023.

9 Rido Nugraha, *Analisis SWOT Terhadap Urgensi Sertifikasi Halal Fashion Sebagai Preferensi Konsumen Muslim*, 06 (2023).

G. Sistematika Pembahasan

BAB I PENDAHULUAN

Pada bagian pendahuluan memuat uraian yang melatar belakangi adanya penelitian ini. Pada bagian ini juga memuat rumusan masalah, tujuan serta manfaat penelitian, kajian pustaka, dan sistematika pembahasan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bagian ini peneliti mengaitkan kajian teori terdahulu yang relevan dengan penelitian ini, sebagai bahan kajian lebih lanjut dalam pembahasan. Bab ini akan berisi beberapa landasan teori mengenai uraian umum tentang analisis *SWOT*, *UMKM*, dan strategi pengembangan.

BAB III METODE PENELITIAN

Berkenaan pada bab ini peneliti akan membahas jenis dari metode penelitian yang akan digunakan sebagai tolak ukur dalam menjabarkan isi pembahasan penelitian, selain itu juga berisi lokasi, subjek, dan objek penelitian serta teknik pengumpulan, analisis, dan keabsahan data yang dipakai.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini dapat dijabarkan oleh peneliti berkenaan dengan hasil penelitian yang telah dilakukan dan telah dikumpulkan semua data serta informasi yang diperlukan, selanjutnya hal-hal tersebut dapat dianalisis dalam bentuk tulisan deskriptif berkenaan dengan penelitian yang sedang diteliti.

BAB V PENUTUP

Memasuki bab akhir penelitian ini menjabarkan kesimpulan-kesimpulan yang didapatkan dari hasil penelitian mengenai cara mengembangkan *UMKM*

menggunakan analisis *SWOT*. Terdapat saran atau masukan untuk penelitian relevan kedepannya.