

LAPORAN AKHIR

Kajian Strategi Kebijakan Peningkatan Daya Saing Produk Unggulan Payung Geulis dan Olahan Makanan

2023

BAPPELITBANGDA
KOTA TASIKMALAYA



BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Visi Pemerintah Kota Tasikmalaya yang tertuang dalam RPJPD Kota Tasikmalaya Tahun 2005-2025 yaitu "Dengan Iman dan Takwa Kota Tasikmalaya sebagai Pusat Perdagangan dan Industri Termaju di Jawa Barat ". Hal tersebut tercipta dari latar belakang karakteristik masyarakat Kota Tasikmalaya yang dikenal sebagai pedagang dan pelaku industri (khususnya perdagangan dan industri kecil) yang tangguh.

Berdasarkan persentase PDRB harga berlaku menurut lapangan usaha Tahun 2018-2022 (Tabel 1.1), digambarkan bahwa penyumbang terbesar PDRB Kota Tasikmalaya adalah Perdagangan Besar dan Eceran, Reparasi Mobil dan Sepeda Motor yaitu sebesar 21,69% di tahun 2022. Persentasi PDRB dari Perdagangan lima tahun terakhir selalu menyumbang PDRB terbesar, dibandingkan dengan lapangan usaha lainnya. Hal tersebut menggambarkan jenis usaha tersebut memberikan kontribusi yang lebih tinggi untuk pertumbuhan ekonomi Tasikmlaya dibandingkan dengan sektor lainnya, dan salah satu penyumbang kegiatan perdagangan atau aktifitas ekonomi yaitu produk unggulan Kota Tasikmalaya.

Tabel 1.1
Distribusi Persentase Produk Domestik Regional Bruto Atas Dasar Harga Berlaku Menurut Lapangan Usaha Tahun 2018-2022

No	Lapangan Usaha/Industri	2018	2019	2020	2021*	2022**
A	Pertanian, Kehutanan, dan perikanan/*Agriculture*, *Forestry*, and *Fishing*	5.06	4.85	5,00	4,82	4,81
B	Pertambangan dan Penggalian	0.01	0.01	0,01	0,01	0,01
C	Industri pengolahan	13.93	14.10	14,13	13,83	13,82
D	Pengadaan Listrik dan Gas	0.01	0.01	0,01	0,01	0,01
E	Pengadaan Air, Pengelolaan Sampah,	0.38	0.38	0,42	0,42	0,39



No	Lapangan Usaha/Industri	2018	2019	2020	2021*	2022**
	Limbah dan Daur Ulang					
F	Konstruksi	15.89	15.97	15,48	16,20	15,92
G	Perdagangan Besar dan Eceran, Reparasi Mobil dan Sepeda Motor	22.49	22.73	21,86	21,69	21,69
H	Transportasi dan Pergudangan	9.72	9.58	9,40	9,07	9,29
I	Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum	5.05	5.29	5,32	5,29	5,77
J	Informasi dan Komunikasi	3.13	3.15	4,24	4,28	4,16
K	Jasa Keuangan dan Asuransi	10.84	10.32	10,20	10,49	10,40
L	Real Estate	1.59	1.62	1,67	1,74	1,75
M,N	Jasa Perusahaan	1.02	1.15	1,03	1,05	1,16
O	Administrasi Pemerintah, Pertahanan dan Jaminan Sosial Wajib	4.33	4.13	4,15	4,03	3,68
P	Jasa Pendidikan	1.95	2.05	2,24	2,24	2,14
Q	Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial	2.07	2.15	2,32	2,40	2,42
R,S T,U	Jasa Lainnya	2.52	2.50	2,53	2,42	2,59

Sumber: Kota Tasikmalaya Dalam Angka, 2023.

Berdasarkan lampiran Peraturan Daerah Nomor 1 Tahun 2022 tentang Rencana Pengembangan Industri Kota Tasikmalaya 2021-2041, terdapat urutan 3 (tiga) teratas komoditas unggulan, yaitu pakaian jadi sulaman/bordir, makanan dan minuman dan pakaian jadi (konveksi) dari tekstil. Apabila merujuk dari tujuan atau fungsi dari produk unggulan yaitu dapat menjadi lokomotif pergerakan ekonomi Kota Tasikmalaya yang berasal dari terbukanya lapangan usaha produktif yang berkelanjutan, maka komoditas unggulan makan dan minuman dapat dikembangkan lebih jauh karena sangat berpeluang. Selain itu produk unggulan ini akan melibatkan pelaku usaha, mulai dari penyediaan bahan yang melibatkan Petani, pemasaran produk melibatkan para pengusaha dan penggunaan produk melibatkan masyarakat dan wisata yang datang ke Kota Tasikmalaya. Berdasarkan



laporan yang didapat, wisata yang datang ke Kota Tasikmaya, sulit mendapatkan lokasi oleh-oleh makanan yang reprentatif untuk wisata dalam jumlah banyak. Selain itu berdasarkan kajian sebelumnya (Kajian Peluang Keberlanjutan Produk Unggulan Kota Tasikmalaya, 2019) dipaparkan bahwa: Industri pengolahan makanan berpeluang menjadi industri unggulan, namun banyaknya keluhan yang dihadapi sehingga dibutuhkan hal-hal berikut ini:

1. Memperluas akses untuk bimbingan teknis
2. Perlu terobosan cara yang efektif merespon pelaku usaha yang kurang peduli dengan sertifikat halal dan merk dagang, misalnya ada bulan pengurusan gratis dan di tempat
3. Tenaga pendamping khusus
4. Fasilitasi pencarian alternatif pasar
5. *Transfer knowledge* pentingnya *green industry* dilakukan secara periodik

Selain itu secara langsung atau tidak langsung berdasarkan pengamatan di lapangan, seringkali wisatawan yang datang ke Kota Tasikmalaya untuk menikmati kuliner Kota Tasikmalaya, yang terkenal dengan makan bakso, bubur ayam, tutug ocom, rujak honje dsb. Maka mengembangkan produk unggulan ini akan berdampak sangat luas.

Sebagaimana telah kita ketahui bersama bahwa payung geulis merupakan ikon Pemerintah Kota Tasikmalaya, sehingga produknya harus dikembangkan karena para pengrajin sudah berusia dan tidak ada regenerasi. Selain berdasarkan kajian sebelumnya industri ini harus dipertahankan, mengedepankan upaya pelestarian dengan langkah-langkah penciptaan pengusaha muda payung geulis yang dibekali pengetahuan dan teknologi kekinian melalui seleksi ketat dan inkubasi bisnis.

Maka berdasarkan hal tersebut, produk unggulan yang perlu diteliti lebih lanjut yaitu produk unggulan memiliki ciri khas dan berpotensi secara ekonomi mendokrak perekonomian Kota Tasikmalaya. Melalui pertimbangan tersebut, kajian ini akan membahas produk unggulan payung geulis dan olahan makanan.



1.2 Maksud dan Tujuan

Maksud kegiatan adalah untuk meningkatkan penggunaan produk unggulan Kota Tasikmalaya khususnya payung geulis dan olahan makanan sehingga pada akhirnya meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat Kota Tasikmalaya. Tujuan penyusunan dokumen kajian strategi kebijakan peningkatan daya saing produk unggulan payung geulis dan olahan makanan di Kota Tasikmalaya adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui kondisi eksisting produk unggulan payung geulis dan olahan makanan.
2. Untuk mendapatkan rekomendasi strategi atau kebijakan yang tepat dalam meningkatkan daya saing produk unggulan payung geulis dan olahan makanan.

1.3 Lingkup Kegiatan

Ruang lingkup kegiatan ini adalah penyusunan dokumen kajian strategi kebijakan peningkatan daya saing produk unggulan payung geulis dan olahan makanan diantaranya:

1. Mengidentifikasi lokasi, jumlah UMKM, jumlah pegawai setiap UMKM payung geulis dan olahan makanan.
2. Mengevaluasi keberadaan UMKM payung geulis dan olahan makanan (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman).
3. Menganalisis perkembangan UMKM payung geulis dan olahan makanan sesuai data yang didapat.
4. Menyusun rancangan kebijakan untuk peningkatan kualitas produk unggulan payung geulis dan olahan makanan.

1.4 Sistematika Laporan

Kajian strategi kebijakan peningkatan daya saing produk unggulan payung geulis dan olahan makanan disusun berdasarkan sistematika berikut:

BAB I Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

1.2 Maksud dan Tujuan

1.3 Ruang Lingkup



1.4 Sistematika Laporan

BAB II Kajian Literatur

2.1 Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

2.1.1 Pengertian UMKM

2.1.2 Kriteria UMKM

2.1.3 Klasifikasi UMKM Menurut Perkembangannya

2.1.4 Perkembangan UMKM di Indonesia

2.1.5 Permasalahan UMKM

2.1.6 Pengembangan UMKM

2.1.7 Teknik Pengembangan UMKM

2.2 Kualitas Produk

2.2.1 Produk

2.2.2 Klasifikasi Produk

2.2.3 Dimensi Kualitas Produk

2.2.4 Penjaminan Mutu Produk

2.3 Rencana Pembangunan Industri Kota Tasikmalaya

2.4 Program Pembangunan Industri Kota Tasikmalaya

BAB III Metodologi Penelitian

3.1 Lokasi dan Jenis Penelitian

3.2 Teknik Pengumpulan Data

3.3 Teknik Analisis Data

3.4 Instrumen Penelitian

3.5 Tahapan Penelitian

BAB IV Analisis dan Pembahasan

4.1 Gambaran Umum Produk Unggulan Payung Geulis dan Makanan Olahan

4.1.1 Kondisi Objektif Daerah

4.1.2 Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

4.2 Strategi Peningkatan Daya Saing

4.2.1 Produk UMKM Makanan Olahan

4.2.2 Produk UMKM Payung Geulis

4.3 Program Prioritas



BAB V Kesimpulan dan Saran

5.1 Kesimpulan

5.2 Saran/Rekomendasi



BAB II
KAJIAN LITERATUR

2.1. Usaha Mikro Kecil dan Menengah

2.1.1. Pengertian Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah

Undang - Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008 mengatur definisi definisi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), sebagai berikut:

1. Usaha Mikro

   Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro .

2. Usaha Kecil

   Usaha kecil adalah ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang bukan dilakukan oleh orang 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 menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil.

3. Usaha Menengah

   Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan pertahunan yang sebagaimana diatur.

4. Dunia Usaha

   Dunia usaha adalah usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah, dan usaha besar yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia dan berdomisili di Indonesia.



2.1.2. Kriteria Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

Peraturan Pemerintah No. 7 Tahun 2021 Pasal 35 menjelaskan bahwa kriteria usaha mikro, kecil, dan menengah dikelompokkan berdasarkan kriteria modal usaha dan hasil penjualan tahunan. Berikut kriteria untuk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM):

1. Usaha Mikro
   a. Modal usaha sampai dengan paling banyak Rp 1.000.000.000 (satu miliar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha;
   b. Hasil penjualan tahunan sampai dengan paling banyak Rp 2.000.000.000 (dua miliar rupiah).
2. Usaha Kecil
   a. Modal usaha lebih dari Rp 1.000.000.000 (satu miliar rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha;
   b. Hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 2.000.000.000 (dua miliar rupiah) sampai dengan Paling banyak Rp 15.0O0.000.000 (lima belas miliar rupiah).
3. Usaha Menengah
   a. Modal usaha lebih dari Rp 5.000.000.000 (lima miliar rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 10.000.000.000 (sepuluh miliar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha;
   b. Hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 15.000.000.000 (lima belas miliar rupiah) sampai dengan paling banyak Rp 50.000.000.000 (lima puluh miliar rupiah).

Kriteria untuk UMKM yang dimiliki oleh Badan Pusat Statistik (BPS) berbeda dengan Peraturan Pemerintan No. 7 Tahun 2021 Pasal 35, dimana BPS membagi kriteria UMKM menurut jumlah tenaga kerja yang dimiliki oleh UMKM. BPS (2013) menjelaskan, usaha kecil merupakan usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja sebanyak lima orang hingga 19 orang. Sedangkan definisi



usaha menengah adalah usaha yang memiliki jumlah tenaga kerja sebanyak 20 orang hingga 99 orang.

World Bank (2016) memiliki kriteria UMKM yang dikelompokan menjadi tiga kelompok dengan membagi kriteria menggunakan jumlah tenaga kerja, pendapatan, dan aset. Pembagian kelompok UMKM tersebut sebagai berikut:

1. *Medium Enterprise*, dengan kriteria:
   a. Jumlah karyawan maksimal 300 orang
   b. Pendapatan setahun hingga sejumlah $ 15 juta
   c. Jumlah aset hingga sejumlah $ 15 juta
2. *Small Enterprise*, dengan kriteria:
   a. Jumlah karyawan kurang dari 30 orang
   b. Pendapatan setahun tidak melebihi $ 3 juta
   c. Jumlah aset tidak melebihi $ 3 juta
3. *Micro Enterprise*, dengan kriteria:
   a. Jumlah karyawan kurang dari 10 orang
   b. Pendapatan setahun tidak melebihi $ 100 ribu
   c. Jumlah aset tidak melebihi $ 100 ribu

2.1.3. Klasifikasi UMKM Menurut Perkembangannya.

Ditinjau dari perkembangannya UMKM dapat dibedakan menjadi 4 (empat) klasifikasi (Krisnawati, 2018), yaitu:

1. *Livelihood Activities*, yaitu usaha yang merupakan sektor informal, lebih mengedepankan kepentingan nafkah pribadi.
2. *Micro Enterprise*, yaitu usaha yang lebih mengedepankan sifat pengrajin namun belum memiliki jiwa kewirausahaan.
3. *Small Dynamic Enterprise*, yaitu usaha yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan mampu menerima pekerjaan subkontrak dan ekpor.
4. *Fast Moving Enterprise*, yaitu usaha yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan sedang dalam proses transformasi ke usaha besar.



2.1.4. Perkembangan UMKM di Indonesia

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Indonesia memiliki peranan sangat penting dalam perekonomian Indonesia, dimana UMKM sebagai salah satu wadah dalam penyerapan tenaga kerja khususnya tenaga kerja yang tidak memiliki keahlian tinggi dengan menyerap sebesar 97% atau 116,97 juta tenaga kerja di Indonesia (Budimanta, 2019). Selain itu, UMKM di Indonesia mencapai 99% dari total jumlah sektor usaha. Dimana setiap tahunnya mengalami peningkatan untuk jumlah UMKM dan penyerapan tenaga kerja di Indonesia.

Aktivitas UMKM merupakan kegiatan ekonomi yang memiliki fleksibilitas yang tinggi dalam aktivitasnya. UMKM pun memiliki kontribusi dalam perekonomian Indonesia yaitu 60,5% dari pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB) nasional, 60% total investasi, dan 15% dari sisi ekspor (Kemenkop UKM, 2021). Adapun perkembangan jumlah UMKM dan tenaga kerja ditunjukkan pada tabel dibawah ini:

Tabel 2.1
Perkembangan UMKM di Indonesia

Indikator	2015	2016	2017	2018	2019
Jumlah UMKM	59.262.772	61.651.177	62.922.617	64,194,057	65,465,497
Jumlah Tenaga Kerja	123.229.387	112.828.610	116.431.224	116,978,631	119,562,843

Sumber: diolah penulis (2023)

2.1.5. Permasalahan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

LPPI dan Bank Indonesia (2015) menjelaskan bahwa usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) tidak luput dihadapi oleh berbagai permasalahan atau hambatan, dimana permasalahan yang dihadapi tersebut terdiri dari permasalahan internal maupun eksternal. Berikut permasalahan atau hambatan yang dihadapi UMKM di Indonesia:

1. Permasalahan Internal
   a. Keterbatasan akses permodalan.



b. Kemampuan serta pengetahuan sumber daya manusia (SDM) yang masih rendah, dimana manajemen bisnis UMKM masih dikelola secara sederhana serta pelaku UMKM yang belum dapat memisahkan uang rumah tangga dan usaha, rendahnya pengetahuan mengenai penerapan teknologi dalam operasional usaha, kemampuan membaca pasar yang masih rendah, serta permasalahan pemasaran dan kesulitan dalam menyusun rencana strategis pengembangan usahanya.
c. Pelaku UMKM masih berbadan hukum perorangan.
d. Permasalahan akuntabilitas, dimana pelaku UMKM belum menerapkan administarsi keuangan dan manajemen yang baik

2. Permasalahan Eksternal
   a. Iklim usaha yang belum kondusif, dimana koordinasi antar *stakeholders* belum terpadu serta cenderung berjalan terpisah.
   b. Keterbatasannya sarana dan prasaran usaha, khususnya penggunaan teknologi.
   c. Permasalahan akses yang dihadapi pelaku UMKM, dimana belum mampu mengimbangi perubahan selera konsumen khususnya yang berorientasi ekspor.

Kementerian Koperasi dan UKM dalam Rencana Strategis Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Tahun 2020-2024 menjabarkan bahwa permasalahan utama yang dihadapi oleh UMKM disebabkan oleh sumber daya manusia, produksi dan pemasaran, pembiayaan, dan kelembagaan. UMKM di Indonesia memiliki karakteristik informal, dimana usaha yang dimiliki cenderung tidak berbadan hukum, rendahnya penggunaan teknologi, keterbatasan pengetahuan, keahlian, dan modal yang terbatas, hingga tidak memiliki sistem pencatatan keuangan.

Dikuti dari Hasanah et al., (2020), beberapa permasalahan yang dihadapi oleh UMKM adalah terdapatnya modal terbatas, dimana keterbatasan dalam permodalan yang dihadapi UMKM dikarenakan



memiliki keterbatasan akses langsung terhadap berbagai informasi, layanan, dan fasilitas keuangan yang disediakan oleh lembaga keuangan. Selain itu pun kemampuan teknik produksi dan manajemen terbatas, pola manajemen yang sesuai dengan kebutuhan untuk perkembangan usaha sulit di temukan karena pengetahuan dan manajerial skill pengusaha kecil dan menengah belum mampu menyusun strategi bisnis yang tepat hingga kemampuan usaha dalam mengorganisasikan diri dan karyawan masih lemah, sehingga terjadi pembagian kerja yang tidak jelas dan seringkali pengusaha harus bertindak *"one man-show".*

Pemasaran yang relatif sulit diharapkan pada struktur pasar yang sangat kompetitif. Bukan saja antara industri kecil melainkan ada kalanya juga dengan industri besar. Disamping itu, kesulitan pemasaran juga disebabkan oleh berbagai faktor pendukung utama seperti informasi mengenai perubahan dan peluang pasar yang ada di dalam maupun di luar negeri. Selain itu pun, permasalahan yang dihadapi adalah permasalahan sumber daya manusia yang rendah hingga permasalahan iklim usaha (Siahaan et al., 2020).

Analisis internal dan eksternal berpengaruh terhadap kinerja industri kecil dan menengah (UKM). Teori-teori yang sudah ada tentang manajemen dan organisasi lebih menekankan keterkaitan, yaitu pengaruh analisis internal dan eksternal terhadap kinerja industri kecil dan menengah (IKM). Hasil pembuktian teoritis dari penelitian ini dapat digunakan untuk memecahkan permasalahan yang terjadi pada kinerja industri kecil menengah (IKM). Kinerja industri kecil menengah (IKM) dapat ditingkatkan melalui peningkatan analisis internal dan eksternal. Dimana lingkungan internal yang mempengaruhi kinerja industri kecil menengah antara lain adalah pemasaran, keuangan, operasional produksi, sumber daya manusia (SDM), dan sistem informasi.

Upaya untuk meningkatkan performa IKM di Indonesia terpengaruh berbagai faktor, dimana IKM seringkali menghadapi berbagai tantangan.



Febriani & Dewobroto (2018) memaparkan bahwa terdapat sepuluh masalah yang dihadapi oleh UKM dalam menjalankan usahanya, yaitu dibutuhkannya peningkatan dalam manajemen bisnis, peluang bisnis, pengembangan produk, potensi pasar, bisnis digital, peluang bisnis, teknologi dan informasi, manajemen sumber daya manusia, desain (desain untuk produk, kemasan, logo, dan lain-lainnya), peluncuran produk, keuangan, hingga pemasaran (kepuasan pelanggan, segmentasi bisnis, dan penempatan bisnis). Diketahui dari sepuluh permasalahan tersebut, permasalahan dalam pemasaran merupakan permasalahan utama yang sering dihadapi oleh UKM di Indonesia.

2.1.6. Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

Keberlanjutan usaha para pelaku UMKM dilakukan melalui beberapa cara dimanan menurut Marihot (2002) Pengembangan merupakan usaha yang terencana dari organisasi untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan pegawai. Pengembangan lebih di tekankan pada peningkatan pengetahuan untuk melakukan pekerjaan pada masa yang akan datang, yang dilakukan melalui pendekatan yang terintergrasi dengan kegiatan lain untuk mengubah perilaku kerja.

Harmaizar (2003) Usaha adalah melakukan kegiatan secara tetap dan terus-menerus dengan tujuan memperoleh keuntungan, baik yang diselenggarakan oleh perorangan maupun badan usaha yang berbentuk badan hukum atau tidak berbentuk badan hukum, yang didirikan dan berkedudukan disuatu daerah dalam suatu Negara.

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa pengembangan usaha merupakan suatu proses terencana dari suatu lembaga untuk meningkatkan kemampuan dan kapasitas pelaku usaha yang dilakukan secara bertahap untuk memperoleh keuntungan agar menumbuhkan usaha yang sedang dijalankan.



2.1.7. Teknik Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

Pengembangan usaha merupakan sejumlah tugas atau proses yang bertujuan untuk menumbuhkan usaha yang dilakukan. Menurut Iwan (2018) Pengembangan usaha dapat dilakukan dengan beberapa cara diantaranya:

1. Perluasan Skala Usaha, beberapa cara umum yang digunakan untuk memperluas skala usaha antara lain:
   a. Menambah kapasitas mesin dan tenaga kerja serta tambahan jumlah modal untuk investasi. Ketika memperluas produksi, seorang wirausaha harus memperhitungkan mengenai prospek pemasarannya.
   b. Menambah jenis barang atau jasa yang dihasilkan. Pengembangan jenis ini baik dilakukan untuk menurunkan biaya jangka panjang sekaligus menaikkan skala ekonomi.
   c. Menambah lokasi usaha ditempat lain.
2. Perluasan Cakupan Usaha, Perluasan cakupan usaha atau diversifikasi usaha dilakukan dengan mengembangkan jenis usaha baru diwilayah usaha yang baru, serta dengan jenis produk yang baru dan bervariansi.
3. Perluasan dengan Kerja Sama, Penggabungan dan Ekspansi Baru.

Sedangkan, menurut Soeharto Prawirokusumo (2010), pengembangan usaha dapat dibedakan menjadi 5 tahap, yaitu tahap *conceptual*, *start up*, stabilisasi, pertumbuhan (*growth stage*), dan kedewasaan. Perkembangan usaha dalam hal *conceptual* dapat dilihat dapat dilihat dari hal-hal sebagai berikut:

1. Mengenal peluang potensial

   Dalam mengetahui peluang potensial yang penting harus diketahui adalah masalah-masalah yang ada di pasar, kemudian mencari solusi dari permasalahan yang telah terdeteksi. Solusi inilah yang akan menjadi gagasan yang dapat direalisasikan.
2. Analisa peluang



Tindakan yang bisa dilakukan untuk merespon peluang bisnis adalah dengan melakukan analisa peluang berupa market research kepada calon pelanggan potensial. Analisa ini dilakukan untuk melihat respon pelanggan terhadap produk, proses, dan pelayanannya.

3. Mengorganisasi sumber daya

   Ketika suatu usaha berdiri yang perlu dilakukan adalah adalah mengatur sumber daya manusia dan uang. Pada tahap inilah yang sering disebut tahap memulai usaha.

2.2. Kualitas Produk

Kotler & Amstrong mendefinisikan kualitas produk sebagai kemampuan dari sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan reparasi produk juga atribut produk lainnya. Sedangkan Wijaya menyatakan kualitas produk adalah gabungan dari keseluruhan karakteristik produk yang dihasilkan dari bagian pemasaran, hasil rekayasa produksi dan pemeliharaan sehingga menjadi barang (produk) yang dapat digunakan sesuai dengan kebutuhan konsumen (Ibrahim & Thawil, 2019).

2.2.1. Produk

Menurut Philip Kotler dan Amstrong (2017), produk merupakan sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan bagi setiap konsumen. Pada saat ini produk tidak hanya mencakup barang dan jasa saja tetapi secara luas produk terbagi menjadi: (1) barang; (2) jasa; (3) *event;* (4) *experience*; (5) orang; (6) tempat; (7) kepemilikan; (8) organisas; (9) informasi; dan (9) ide

Sementara menurut Fandy Tjipto (2015) produk dapat didefinisikan sebagai pemahaman subyektif dari produsen atas sesuatu yang dapat ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sesuai dengan kompetensi dan kapasitas perusahaan yang disesuaikan dengan daya beli pasar, hal ini dilakukan untuk mencapai tujuan perusahaan.



Berdasarkan beberapa pengertian di atas, dapat disimpulkan produk merupakan hasil atau output dari kegiatan perusahaan yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapat perhatian, dimiliki, digunakan dan dikonsumsi untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dengan tidak terlepas dari penyesuaian daya beli konsumen.

2.2.2. Klasifikasi Produk

Pasar saat ini menyediakan berbagai macam produk dengan variasi dan keunikannya masing-masing untuk membedakan dengan produk sejenis yang ada di pasar. Dalam hal ini produk dapat dibedakan berdasarkan tiga aspek utama, yakni berdasarkan wujudnya, daya tahan produk dan berdasarkan kegunaanya. Menurut Kotler dan Keller (2016), klasifikasi produk diantaranya:

1. Klasifikasi Produk Berdasarkan Daya Tahannya
   a. *Nondurable goods* (Barang tidak tahan lama) yakni Barang berwujud yang biasanya habis dikonsumsi dalam satu atau beberapa kali penggunaan. Dengan kata lain umur ekonomisnya dalam kondisi pemakaian normal kurang dari satu tahun. Barang jenis ini bisa dikonsumsi dalam waktu yang cepat (dalam waktu singkat) dan frekuensi pembeliannya sering terjadi.
   b. *Durable goods* (Barang tahan lama) Barang berwujud yang dapat bertahan untuk pemakaian yang berulang – ulang. Umumnya umur ekonomis dari barang ini dengan pemakaian normal yakni satu tahun atau lebih. Barang jenis ini bisa dikonsumsi dalam waktu yang cepat (dalam waktu singkat) atau hanya beberapa kali pemakaian dan frekuensi pembeliannya tidak terlalu sering.
2. Klasifikasi Produk Berdasarkan Kegunaanya
   a. *Consumer Goods* (Barang Konsumsi) yakni barang yang bisa langsung dikonsumsi dan diperuntukan untuk konsumen akhir. Pada umunya *Consumer Goods* dibedakan menjadi empat yakni:



b. *Convenience Goods* merupakan jenis barang yang biasa dikonsumsi dan frekuensi pembeliannya tinggi, dibutuhkan waktu yang realtif cepat dan a, dan hanya memerlukan usaha yang minimum (sangat kecil) dalam pembandingan dan pembeliannya.
c. *Shopping Goods* yakni barang-barang yang secara karakteristik konsumen dapat ditelaah terlebih dahulu yakni dalam proses pemilihan dan pembeliaanya dibandingkan terlebih dahulu oleh konsumen diantara berbagai alternatif yang tersedia. Seperti dari sisi kualitas, harga, fungsi maupun gaya estetikanya.
d. *Specialty Goods* yakni barang yang memilki karakterisktik yang unik dan identifikasi merk yang cukup banyak sehingga banyak konsumen yang melakukan upaya pembelian secara khusus.
e. *Unsought Goods* yakni barang yang tidak dicari bahkan tidak diketahui konsumen atau tidak terfikirkan untuk membeli barang tersebut.
f. *Industrial Goods* merupakan jenis produk yang masih memerlukan pemrosesan lebih lanjut untuk mendapatkan suatu manfaat atau hasil yang diinginkan dan memberikan nilai tambah pada produk tersebut yang berdampak pada makin tinggi harga yang ditawarkan. *Industrial Goods* dibedakan menjadi tiga, diantaranya:
g. *Materials and parts* (Bahan baku dan suku cadang) adalah barang yang sepenuhnya masuk ke produk pabrikan. Mereka terbagi dalam dua kelas: bahan baku dan bahan manufaktur dan suku cadang.
h. *Capital Items* (Barang Modal) merupakan barang tahan lama yang memfasilitasi pengembangan atau pengelolaan produk jadi.
i. *Supply and Business Service* (Layanan bisnis dan pasokan) Supplies and business services adalah barang dan jasa jangka pendek yang memfasilitasi pengembangan atau pengelolaan produk jadi. Persediaan terdiri dari dua jenis: peralatan untuk perawatan dan peralatan untuk perbaikan.



2.2.3. Dimensi Kualitas Produk

Kualitas produk sendiri merupakan keseluruhan ciri dari suatu produk atau pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Untuk menentukan sejauhmana kualitas produk, maka terdapat 8 (delapan) yang dapat digunakan sebagai acuan, yakni: *Performance, feature, reliability, conformance, durability, serviceability, aesthetics, dan perceived quality* (Kotler, 2018). Jika dimensi-dimensi tersebut dinilai baik oleh konsumen, maka produk dinilai berkualitas, begitu pula sebaliknya jika banyak dimensi-dimensi produk tersebut dinilai buruk, maka produk dinilai memiliki kualitas yang buruk.

1. *Performance* merupakan aspek fungsional yang terdapat pada produk dan menjadi karakteristik utama pelanggan dalam membeli barang. Sehingga konsumen menilai baik atau tidaknya produk yang ditawarkan dan dirasakan melalui kemampuan produk dalam menjalankan fungsi utamanya.
2. *Feature* sebagai dimensi yang berkaitan dengan aspek performasi yang mendukung fungsi dasar suatu produk dan berkaitan dengan pilihan produk dan pengembangannya.
3. *Reliability* pada intinya adalah peluang suatu produk bebas dari kegagalan produk saat menjalankan fungsinya, artinya dimensi ini terkait dengan konsistensi kinerja produk.
4. *Conformance* adalah kesesuaian kinerja produk dengan standar yang dinyatakan pada suatu produk. Ini semacam janji yang harus dipenuhi oleh produk.
5. *Durability* menunjukkan usia produk, yaitu jumlah pemakaian suatu produk sebelum produk itu digantikan atau rusak. Semakin lama daya tahannya tentu produk dinilai semakin awet, sehingga produk akan dipresepsikan lebih berkualitas.



6. *Serviceability* merupakan sejauhmana produk tersebut dapat diperbaiki. Sesuai dengan maknanya, disini kualitas produk ditentukan atas dasar kemampuan diperbaiki: mudah, cepat, dan kompeten.
7. *Aesthetic* menyangkut tampilan produk yang membuat konsumen suka. Intinya *aesthetic* menyangkut penyajian produk yang bisa dinilai dengan panca indera (rasa, aroma, suara, dan seterusnya).
8. *Perceived quality* berkaitan dengan penilaian konsumen terhadap citra, merek, atau iklan serta tanggung jawab perusahaan. Produk- produk yang bermerek terkenal biasanya dipersepsikan lebih berkualitas dibanding merek- merek yang tidak terdengar, sehingga setiap produk selalu berupaya membangun mereknya agar memiliki brand equity yang tinggi (Kotler, 2018:361).

Kualitas tidak hanya terdapat pada produk atau jasa saja, melainkan dalam produk makanan juga terdapat kualitas. Pelanggan yang datang untuk mencari makanan tentu ingin membeli makanan yang berkualitas. Menurut Margareta dan Edwin (2012), kualitas makanan merupakan peranan penting dalam pemutusan pembelian konsumen, sehingga dapat diketahui bila kualitas makanan meningkat, maka keputusan pembelian akan meningkat juga.

Menurut Marsum (2005), hal- hal yang harus diterapkan dalam kualitas makanan, antara lain:

1. *Flavour* (rasa)

   Dalam menyediakan suatu hidangan harus diperhatikan dalam hal rasa, makanan harus mempunyai rasa yang enak dengan baunya yang sedap. Meskipun rasa bersifat relatif namun makanan dengan rasa yang enak dapat menjadi unsur penting dalam kualitas makanan.
2. *Consistency* (kemantapan/ketetapan)

   Mutu hidangan/menu yang disajikan harus dijaga dan sesuai dengan standar yang ada, supaya mantap atau tetap dalam kondisi yang terstandar, baik mutu, aroma maupun rasanya.



3. *Texture*/*Form*/*Shape* (susunan/bentuk/potongan)

   Texture/susunan disini menjelaskan tentang upaya menyusun suatu hidangan yang lengkap yang harus memperhatikan adanya hidangan: (a) Yang dikunyah baru di telan seperti hidangan pembuka (b) Yang langsung ditelan tanpa dikunyah seperti sup (c) Yang dikunyah baru di telan seperti makanan utama (d) Yang dikunyah baru di telan lagi seperti makanan penutup.

   Sedangkan yang dimaksud dengan *Form/Shape* adalah irisan/potongan dari makanan yang disajikan. Baiknya irisan/potongan yang akan disajikan tidak monoton namun bervariasi untuk semua hidangan yang akan disajikan.

4. *Nutritional Content* (kandungan gizi)

   Makanan yang akan disajikan harus diperhatikan pula kandungan gizinya. Walaupun disuatu *Food service industry* yang bersifat komersial, penyajian makanan lebih diutamakan, gizi dinomor duakan. Akan tetapi dalam penyusunan menu boleh mengabaikan kandungan gizi. Seperti dalam satu hidangan terdiri dari karbohidrat, lemak, protein, serat dan kandungan gizi penting lainnya yang sesuai untuk porsi dewasa.

5. *Visual appeal* (Daya penarik lewat ketajaman mata)

   Hidangan yang disajikan harus diatur, disusun dengan rapi dan menarik sehingga menimbulkan selera makan bagi pelanggan yang datang.

6. *Aromatic appeal* (Daya penarik lewat aroma)

   Didalam menyusun suatu hidangan perlu diperhatikan juga dari aromanya. Hidangan yang disajikan harus sedap/harum aromanya sehingga lebih membangkitkan selera makan pelanggan. Menurut penyelidikan ternyata daya penarik lewat mata jauh lebih kuat dari pada daya penarik lewat aroma. Hidangan yang disajikan harus sedap/harum



aromanya sehingga lebih membangkitkan selera makan pelanggan. Menurut penyelidikan ternyata daya penarik lewat mata jauh lebih kuat dari pada daya penarik lewat aroma.

7. *Temperature* (Suhu)

   Dalam menyajikan makanan harus diperhatikan suhu hidangan tersebut. Bila makanannya panas maka harus disajikan dalam keadaan yang panas, bila memungkinkan dengan piring yang panas. Begitu juga untuk makanan yang dingin.

2.2.4. Penjaminan Mutu Produk Makanan Olahan

Penerapan jaminan mutu merupakan langkah penting bagi pelaku usaha untuk mendapatkan pengakuan formal terkait dengan jaminan mutu yang diwujudkan dalam bentuk sertifikat. Sertifikat tersebut merupakan alat bukti penerapan sistem manajemen mutu dan menjadi jaminan terhadap dapat diterimanya suatu produk pertanian baik dipasar domestik, regional maupun internasional.

1. *Good Manufacturing Practice* (GMP)

   Good Manufacturing Practices (GMP) merupakan pedoman yang memperlihatkan aspek keamanan pangan bagi Industri Rumah Tangga (IRT) untuk memproduksi pangan agar bermutu, aman dan laik untuk dikonsumsi. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 36 Tahun 2009 tentang kesehatan, Pasal 111 Ayat (1) menyatakan bahwa makanan dan minuman yang digunakan masyarakat harus didasarkan pada standart atau persyaratan kesehatan.

   GMP merupakan bagian dari sistem *Hazard Analysis Critical Control Points* (HACCP) yang merupakan suatu sistem yang dirancang untuk mencegah terjadinya masalah kualitas produk makanan baik yang disebabkan faktor biologi, kimia maupun fisis (*Food Safety Problem*). GMP merupakan persyaratan dasar bagi industri pangan sebelum mendapatkan sertifikat PIRT. Peran GMP dalam menjaga keamanan pangan selaras dengan penerapan *Pre-quisite HACCP. Pre-quisite*



merupakan prosedur minimum yang harus dipenuhi pada seluruh mata rantai proses pengolahan makanan mulai penyediaan bahan baku sampai produk akhir berkaitan dengan suatu proses untuk mencegah kontaminasi akibat dari produksi atau pengolahan pangan sehingga menghasilkan produk yang aman (Rudiyanto, 2016).

Ruang lingkup penerapan GMP meliputi, lokasi dan lingkungan produksi, bangunan dan fasilitas, peralatan produksi, suplai air atau sarana penyediaan air, fasilitas dan kegiatan higiene dan sanitasi, kesehatan dan higiene karyawan, pemeliharaan dan program higiene sanitasi karyawan, penyimpanan, pengendalian proses, pelabelan pangan, pengawasan oleh penanggung jawab, penarikan produk, pencatatan dan dokumentasi serta pelatihan karyawan (BPOM, 2012).

2. *Good Hygiene Practice* (GHyP)

GHyPmerupakan seperangkat alat untuk mencegah kontaminasi sehingga dapat memberikan makanan yang aman untuk konsumen. Kontaminasi yang diperhatikan adalah kontaminasi secara biologi seperti bakreti, virus, parasit yang ada pada udara, air, tanah, hewan bahkan manusia. Selanjutnya adalah kontaminasi secara fisik yaitu kontaminasi benda-benda asing yang tidak sengaja ataupun karna penanganan yang rendah. Benda-benda tersebut seperti batu, krikil, metal, kaca, kayu, serangga, tanah, kalung, rambut, cat kuku dan lain sebagainya (Choironi, 2015).

Kontaminasi lain yang diperhatikan dalam GHyPadalah kontaminasi kimia seperti bahan-bahan kimia yang digunakan sebagai pembersih, pestisida, cat, pupuk, fungisida, dan beberapa bahan kimia berbahaya lainnya. Menurut *Food Safety Authority of Ireland* (2014) beberapa persyaratan yang harus diterapkan dalam pemenuhan GHyPadalah



tempat, peralatan, air dan es, kebersihan, pengendalian hama, higenitas pribadi, pengelolaan limbah, pelatihan, fasilitas karyawan, produksi.

3. Sertifikasi Halal

Doktrin *halâlan thayyiban* (halal dan baik) sangat perlu untuk diinformasikan dan diformulasikan secara efektif dan operasional kepada masyarakat disertai dengan tercukupinya sarana dan prasarana. Salah satu sarana penting untuk mengawal doktrin halâlan thayyiban adalah dengan hadirnya pranata hukum yang mapan, sentral, humanis, progresif, akamodatif dan tidak diskriminatif yakni dengan hadirnya Undang-Undang Nomor 33 Tentang Jaminan Produk Halal (UUJPH) (Hidayat & Siradj, 2015).

Jaminan produk halal secara teknis kemudian di - jabatkan melalui proses sertifikasi. Sebelumnya sertifikasi halal bersifat voluntary (sukarela), dalam UUJPH menjadi mandatory (keharusan). Karena itu, semua produk yang masuk, beredar, dan diperdagangkan di wilayah Indonesia wajib bersertifikat halal.

Sertifikasi halal pada produk pangan sesungguhnya memiliki fungsi dan peran yang sangat menentukan bukan saja dari sisi konsumen (masyarakat) tetapi juga dari perspektif pelaku usaha. Konsumen membutuhkan produk pangan aman dikonsumsi, bebas penyakit, bergizi dan sehat serta mendatangkan ketentraman secara batin yang tidak tercampur dengan bahan-bahan non halal. Dari sisi pelaku usaha mereka membutuhkan konsumen yang loyal sebagai target pemasaran produk yang mereka hasilkan. Terlebih pada saat ini pangan halal bukan saja dibutuhkan bagi masyarakat muslim, tetapi sudah menjadi keperluan mendesak bagi masyarakat nonmuslim. Hal ini dibuktikan secara faktual dengan maraknya tren halal yang tengah menggejala di negara-negara yang justru berpenduduk mayoritas nonmuslim (Pramintasari & Fatmawati, 2017).



2.3. Rencana Pembangunan Industri Kota Tasikmalaya

Peraturan Daerah Kota Tasikmalaya No. 1 Tahun 2022 tentang Rencana Pembangunan Industri Kota Tasikmalaya Tahun 2021-2041 memaparkan bahwa pengembangan Sentra Industri Kecil dan Menengah (Sentra IKM) menjadi alternatif utama untuk pengembangan perwilayahan industri di Kota Tasikmalaya. Hal tersebut pun sesuai dengan kewenangan kabupaten/kota dalam urusan perindustrian, yaitu perizinan dan pembinaan industri kecil dan industri menengah. Pengembangan Sentra IKM perlu diarahkan baik untuk mendukung industri besar, maupun sentra IKM yang mandiri yang menghasilkan nilai tambah serta menyerap tenaga kerja.

Untuk mendukung perencanaan dan pengembangan sektor manufaktur di Jawa Barat, perlu dilakukan strukturisasi peran IKM agar dapat mencapai sinergi antara industri daerah dan industri prioritas provinsi. Strategi pengembangan IKM perlu diarahkan agar tercipta aliran rantai nilai yang lebih baik. Hal ini diharapkan akan mampu memberikan kontribusi yang besar dalam mereservasi IKM yang sudah ada, maupun mengarahkan hingga membentuk IKM yang berteknologi maju.

Berdasarkan hal tersebut diatas, strategi pembangunan industri Kota Tasikmalaya yang dikembangkan tidak terlepas dari strategi nasional dan provinsi. Adapun strategi pembangunan industri Kota Tasikmalaya adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan kemampuan IKM dalam hal penggunaan teknologi, kemampuan SDM, manajemen, akses pasar dan pengembangan produk;
2. Meningkatkan kualitas sumber daya manusia (SDM) industri, khususnya tenaga kerja industri melalui pendidikan vokasi industri dan pelatihan industri berbasis kompetensi serta pemagangan industri;
3. Pengembangan industri unggulan secara simultan dengan industri pendukung terkait, yang lebih diarahkan pada pengembangan bahan baku industri substitusi impor dan dilakukan melalui pendekatan klaster industri (*cluster industry*);



4. Mengembangkan teknologi melalui restrukturisasi mesin/peralatan termasuk industri pendukungnya, penguatan desain dan penguatan *research and development* serta penguatan struktur industri;
5. Menumbuh kembangkan industri makanan melalui ketersediaan jaminan pasokan bahan baku, peningkatan teknologi proses dan produk, kemasan, penguatan kelembagaan serta pengembangan kemitraan dan pemasaran;
6. Memproritaskan penggunaan produk unggulan Kota Tasikmalaya dalam setiap aktivitas dilingkungan OPD Pemerintah Kota Tasikmalaya , BUMN, BUMD dan BUMS yang beroperasi dan berlokasi di Kota Tasikmalaya;
7. Menetapkan dan mengembangkan Kawasan Peruntukan Industri, Kawasan Industri, dan Sentra Industri Kecil dan Industri Menengah;
8. Melakukan pembangunan sarana dan prasarana yang mendukung pembangunan industri;
9. Perumusan kebijakan untuk penguatan kapasitas kelembagaan dan pemberian fasilitas kepada industri kecil dan industri menengah;
10. Meningkatkan kerjasama nasional dan internasional bidang industri.

2.4. Program Pembangunan Industri Kota Tasikmalaya

Pengembangan industri di Kota Tasikmalaya menggunakan pendekatan yang menekankan bahwa motor penggerak pembangunan adalah komoditas-komoditas yang dinilai bisa menjadi unggulan, baik di tingkat domestik, nasional, maupun internasional. Untuk menentukan komoditas-komoditas industri unggulan Kota Tasikmalaya tersebut, ada beberapa kriteria yang dapat dijadikan referensi, yaitu :

1. Mampu menjadi penggerak utama *(prime mover)* pembangunan perekonomian wilayah. Artinya, komoditas unggulan Kota Tasikmalaya dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam peningkatan produksi dan pendapatan daerah;
2. Mempunyai keterkaitan ke depan dan ke belakang *(forward and backward linkages)* yang kuat, baik sesama komoditas unggulan maupun dengan komoditas-komoditas lainnya;



3. Mampu bersaing *(competitiveness)* dengan produk sejenis dari wilayah lain di pasar regional, pasar nasional dan pasar internasional, baik dalam harga produk, biaya produksi, kualitas pelayanan, maupun aspek-aspek lainnya;
4. Memiliki keterkaitan dengan wilayah lain *(complementarity)*, baik dalam hal pasar maupun pemasokan bahan baku (jika bahan baku di kawasan sendiri tidak mencukupi atau tidak tersedia sama sekali);
5. Memiliki status teknologi *(state-of-the-art)* yang terus meningkat, terutama melalui inovasi teknologi, baik dalam hal input, proses maupun output dan jasa;
6. Mampu menyerap tenaga kerja berkualitas secara optimal sesuai dengan skala produksinya;
7. Dapat bertahan dalam jangka waktu tertentu, mulai dari fase kelahiran *(increasing)*, pertumbuhan *(growth)*, puncak *(maturity)* hingga penurunan *(decreasing).* Begitu komoditas unggulan yang satu memasuki tahap penurunan, maka komoditas unggulan lainnya harus mampu menggantikannya;
8. Rentan terhadap gejolak eksternal maupun gejolak internal;
9. Pengembangan komoditas harus mendapatkan berbagai bentuk dukungan, misalnya dukungan kebijakan sektoral, kebijakan spasial, informasi dan peluang pasar, kelembagaan, fasilitas insentif/disinsentif, keamanan, sosial, budaya dan lain-lain;
10. Pengembangan komoditas harus berorientasi pada kelestarian sumber daya dan lingkungan;
11. Apabila komoditas unggulan Kota Tasikmalaya sudah memasuki fase penurunan, maka pengembangan selanjutnya dapat diteruskan dengan cara :
    a. Memperkuat strategi pemasaran agar dapat mempengaruhi konsumen untuk terus mengkonsumsi komoditas tersebut. misalnya melalui eksibisi, potongan harga, hingga promosi ekspor;
    b. Meningkatkan kualitas produk agar tetap memiliki daya saing, sehingga permintaan terhadap komoditas unggulan Kota Tasikmalaya tidak menurun secara drastis;



c. Menciptakan permintaan oleh industri antara *(intermediary industry)* yang berarti sekaligus menciptakan nilai tambah baru bagi Kota Tasikmalaya.

Berdasarkan kriteria dan analisis tersebut diatas, maka komoditas industri unggulan di Kota Tasikmalaya adalah sebagai berikut:

Tabel 2.2
Urutan Komoditas Unggulan Kota Tasikmalaya

No.	Komoditas Industri Unggulan
1	Industri Pakaian Jadi Sulaman/Bordir
2	Industri Makanan dan Minuman
3	Industri Pakaian Jadi (Konveksi) dari Tekstil
4	Industri Alas Kaki (Sendal, Sepatu dan Kelom Geulis)
5	Industri Batik
6	Industri Kayu dan Furnitur dari Kayu
7	Industri Pengolahan Lainnya, yaitu Payung Geulis
8	Industri Barang Anyaman dari Tanaman Bukan Rotan dan Bambu, yaitu Mendong
9	Industri Barang Anyaman dari Bambu

Sumber: RPIK, 2022



BAB III
METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Jenis Penelitian

3.1.1 Lokasi Penelitian

Penelitian berlokasi di sentra/basis pengrajin payung geulis dan usaha makanan olahan yang berada di wilayah Kota Tasikmalaya.

3.1.2 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah *field research*, yaitu dengan melakukan penelitian langsung ke lapangan untuk mencari dan mengumpulkan data yang diperlukan. Penelitian dilakukan secara deskriptif kualitatif. Metode penelitian deskriptif merupakan istilah umum yang mencakup berbagai teknik deskriptif, diantaranya penelitian yang menuturkan, menganalisa, dan mengklasifikasi, dengan teknik survei, interviu, angket, observasi, atau dengan teknik tes (studi kasus, komperatif, dan lain-lain) (Moleong, 2013).

Penelitian dengan pendekatan kualitatif lebih menekankan analisisnya pada proses penyimpulan deduktif dan induktif, serta analisis terhadap dinamika hubungan antar fenomena yang diamati, dengan menggunakan logika ilmiah (Sugiyono, 2014). Penelitian kualitatif ini merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang atau perilaku yang diamati.

Berdasarkan pengertian di atas, penelitian ini bermaksud menggambarkan dan menjelaskan kondisi objektif industri payung geulis dan olahan makanan, sebagai dasar untuk merumuskan strategi kebijakan peningkatan daya saing produk unggulan payung geulis dan olahan makanan di Kota Tasikmalaya.

3.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian ini adalah mendapatkan data. Tanpa



mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standard yang ditetapkan (Hardani et al., 2020).

Teknik pengumpulan data adalah strategi atau cara yang dilakukan peneliti untuk mengumpulkan data-data yang valid dari responden serta bagaimana peneliti menentukan metode yang tepat untuk memperoleh data, kemudian mengambil kesimpulan. Teknik pengumpulan data memiliki peranan yang sangat besar dalam suatu penelitian, teknik yang digunakan akan menentukan hasil akhir yang di dapatkan dalam satu penelitian. Semakin baik teknik yang digunakan, maka semakin baik pula objek yang digunakan untuk mendapatkan data yang dibutuhkan dalam penelitian.

Untuk memperoleh data yang valid dan akurat, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data, sebagai berikut

3.2.1 Wawancara

Wawancara adalah proses perolehan keterangan untuk mendapatkan informasi dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antar peneliti dengan informan. Penelitian ini menggunakan wawancara terstuktur, yaitu wawancara dengan menggunakan daftar pertanyaan yang telah disiapkan sebelumnya. Peneliti menggunakan teknik wawancara terstuktur agar fokus pada pokok permasalahan penelitian.

Sebelum mengajukan pertanyaan, peneliti menjelaskan terlebih dahulu mengenai permasalahan penelitan dan pedoman yang dilakukan selama kegiatan wawancara berlangsung. Peneliti selalu mengulang dan menegaskan kembali setiap jawaban dari informan untuk meyesuaikan jawaban dengan pertanyaan yang diajukan mengenai kondisi objektif dan dinamika bisnis produk unggulan payung geulis dan makanan olahan.

3.2.2 Observasi

Observasi adalah metode atau cara-cara menganalisis dan mengadakan pencatatan secara sistematis mengenai tingkah laku dengan melihat atau mengamati individu atau kelompok secara langsung (Sugiyono, 2014). Observasi yang digunakan pada penelitian ini adalah observasi partisipan yaitu peneliti melakukan pengamatan secara langsung dengan melibatkan diri dalam kegiatan-kegiatan yang dilakukan pada proses produksi, manajemen



kelembagaan, serta proses pemasaran produk payung geulis dan makanan olahan. Dalam penelitian ini, seolah-olah peneliti ikut dalam kegiatan yang mereka lakukan, kemudian peneliti melakukan pengamatan dan pencatatan langsung terhadap selurh aktivitas bisnis yang dilakukan.

3.2.3 Studi Dokumentasi

Dalam penelitian ini studi dokumentasi dilakukan untuk mendapatkan data yang lengkap, seperti dokumen tentang latar belakang dan kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan yang berhubungan dengan aktivitas bisnis produk unggulan payung geulis dan makanan olahan. Dengan metode ini, peneliti dapat memperoleh informasi dari sumber tertulis suatu dokumen yang ada pada informan atau institusi yang akan dijadikan sebagai sumber pendukung untuk melihat bagaimana dinamikan pada proses produksi, manajemen kelembagaan, dan kegiatan pemasaran produk unggulan oayung geulis dan makanan olahan.

3.3 Teknik Analisis Data

Data yang dikumpulkan sebagian besar merupakan data kualitatif dan teknik analisis menggunakan teknik kualitatif. Teknik ini dipilih peneliti untuk menghasilkan data kualitatif, yaitu data yang tidak bisa dikategorikan secara statistik. Dalam penggunaan analisis kualitatif, maka pengintepretasian terhadap apa yang ditemukan dan pengambilan kesimpulan akhir menggunakan logika atau penalaran sistematis.

3.3.1 Analisis SWOT

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik analisis SWOT dengan pendekatan kualitatif, yang terdiri dari *Strenghts*, *Weakness*, *Opportunities* dan *Threaths*. Analisis SWOT bertujuan untuk memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), namun dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threaths*). Menurut Fatimah (2016), analisis SWOT adalah suatu identifikasi faktor strategis secara sistematis untuk merumuskan strategi. Strategi adalah perencanaan induk yang komprehensif yang menjelaskan bagaimana mencapai semua tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya.



1. Evaluasi faktor Internal
   a. Kekuatan (*strength*), yaitu kekuatan apa yang dimiliki produk payung geulis dan makanan olahan. Dengan mengetahui kekuatan, produk dapat dikembangkan menjadi lebih tangguh hingga mampu bertahan dalam pasar dan mampu bersaing untuk pengembangan selanjutnya.
   b. Kelemahan (*weakness*), yaitu segala faktor yang tidak menguntungkan atau merugikan bagi aktivitas bisnis.
2. Evaluasi Faktor Eksternal
   a. Peluang (*opportunities*), yaitu semua kesempatan yang ada sebagai kebijakan pemerintah, peraturan yang berlaku atau kondisi perekonomian nasional atau global yang dianggap memberi peluang bagi tumbuh dan berkembangnya industri oayung geulis dan makanan olahan di masa yang akan datang.
   b. Ancaman (*threaths*), yaitu hal-hal yang dapat mendatangkan kerugian bagi industri payung geulis dan makanan olahan.

Analisis ini dilakukan dengan menggunakan teknik pengumpulan data yang telah ditetapkan diatas, yaitu pedoman observasi, wawancara serta dokumentasi. Dengan tahapan sebagai berikut : (1) Mengelompokkan data yang telah didapat untuk diproses; (2) Melakukan analisis SWOT; (3) Memasukkan ke dalam matriks SWOT; (4) Menganalisis strategi-strategi dari matriks SWOT; (5) Merekomendasikan strategi yang telah dibuat.

Matriks SWOT menampilkan delapan kotak, yaitu dua kotak sebelah kiri menampilkan faktor eksternal (peluang dan ancaman), dua kotak paling atas menampilkan faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan empat kotak lainnya merupakan isu-isu strategis yang timbul sebagai hasil pertemuan antara faktor eksternal dan internal. Berdasarkan hasil analisis SWOT, terdapat empat alternatif strategi yang tersedia yaitu strategi SO, WO, ST dan WT. Matriks SWOT digambarkan sebagai berikut:



Tabel 3.1
Matriks SWOT

Faktor Internal / Faktor Eksternal	**Kekuatan (S)**	**Kelamahan (W)**
Peluang (O)	Strategi SO (Strategi yang memanfaatkan kekuatan dan memanfaatkan peluang)	Strategi WO (Strategi yang meminimalkan kelemahan dan memanfaatkan peluang)
Ancaman (T)	Strategi ST (Strategi yang menggunakan kekuatan dan mengatasi ancaman)	Strategi WT (Strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman)

Alternatif strategi adalah hasil dari matrik analisis SWOT yang menghasilkan berupa Strategi SO, WO, ST dan WT. Alternatif strategi yang dihasilkan minimal 4 buah strategi sebagai hasil dari analisis matrik SWOT. Adapun strategi yang dihasilkan adalah sebagai berikut :

1. Strategi SO

   Strategi itu dibuat berdasarkan jalan pikiran memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.

2. Strategi ST

   Strategi ini adalah strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki untuk mengatasi ancaman.

3. Strategi WO

   Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.

4. Strategi WT

   Strategi ini didasarkan pada kegiatan usaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

3.3.2 Analisis Teknis

Analisis teknis digunakan untuk membandingkan antara kinerja yang ada saat ini atau persepsi (*perception*) dengan kinerja yang diharapkan



(*expectation*). Persepsi (*perception*) menggambarkan kualitas produk yang saat ini dirasakan. Sedangkan harapan (*expectation*) adalah asumsi pengguna terhadap kualitas yang akan terjadi nantinya. Dalam kualitas produk harapan bisa juga dilihat sebagai hasrat atau keinginan konsumen, yaitu apa yang mereka rasa penyedia harus berikan daripada apa yang penyedia akan berikan.

Analisis teknis pada penelitian ini digunakan untuk mengukur kesenjangan idealitas-realitas produk payung geulis dan makanan olahan menggunakan dimensi kualitas produk yang telah dipaparkan dalam kajian literatur.

3.4 Instrumen Penelitian

3.4.1 Instrumen Analisis SWOT

Tabel 3.2
Instrumen Pengukuran Faktor Internal dan Faktor Eksternal

Variabel	Indikator	Kondisi Saat Ini					Urgensi Penanganan			
		1	2	3	4	5	1	2	3	4
Bahan Baku	1. Ketersediaan bahan baku 2. Asal bahan baku 3. Kualitas bahan baku 4. Harga bahan baku 5. Persediaan bahan baku.									
Tenaga Kerja	1. Ketersediaan tenaga kerja. 2. Kualitas tenaga kerja. 3. Upah/gaji tenaga kerja.									
Modal Usaha	1. Sumber modal 2. Pembentukan modal 3. Akses terhadap sumber modal									
Manajemen Keuangan	1. Pencatatan 2. Perhitungan rugi laba 3. Perhitungan harga pokok produk									
Teknologi Produksi	1. Ketersediaan alat/teknologi 2. Kemampuan menyediakan alat/teknologi 3. Ketepatan teknologi produksi									
Pemasaran	1. Peluang pasar produk industri 2. Promosi 3. Pengemasan 4. Cara penjualan 5. Wilayah pemasaran.									
Iklim Usaha	1. Daya saing kualitas produk sejenis 2. Persaingan harga									



Variabel	Indikator	Kondisi Saat Ini					Urgensi Penanganan			
		1	2	3	4	5	1	2	3	4
	3. Dukungan regulasi									
Pembinaan	1. Intensitas pembinaan 2. Ketepatan bentuk pembinaan dan dampak terhadap kemajuan usaha									
Legalitas Usaha	1. Legalitas dasar legal operasional Usaha (Cth. NIB) 2. Bentuk Usaha ((UD/ CV/ PT/ KUB/ Perorangan UMKM)									
Legalitas Produk	1. Legalitas dasar (PIRT/Halal) 2. Legalitas *advance* (SNI/BPOM/HACCP/GMP/GHyP) 3. Legalitas pendukung (hak merk, informasi nilai gizi)									

3.4.2 Instrumen Analisis Teknis

Tabel 3.3
Instrumen Pengukuran Analisis Teknis

Variabel	Indikator	Kondisi Saat Ini					Urgensi Penanganan			
		1	2	3	4	5	1	2	3	4
Good Manufacturing Practice (GMP)	1. Lokasi 2. Bangunan 3. Fasilitas sanitasi 4. Alat Produksi 5. Bahan 6. Proses pengolahan 7. Produk akhir 8. Laboratorium 9. Karyawan 10. Wadah pembungkus 11. Label									
Good Hygiene Practice (GHyP)	1. Tempat 2. Peralatan 3. Air 4. Kebersihan 5. Higienitas pribadi 6. Pengelolaan limbah 7. Pelatihan 8. Produksi									

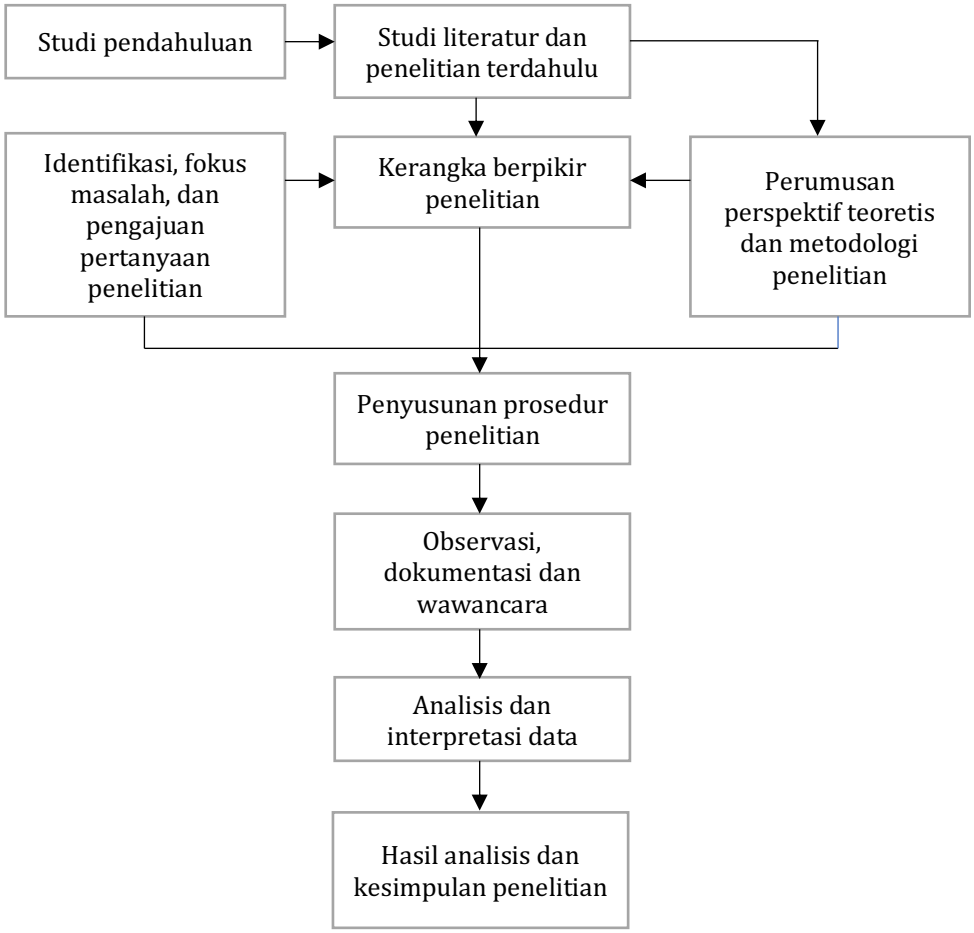


3.5 Tahapan Penelitian

Menurut Moleong (2013) ada tiga tahapan pokok dalam penelitian kualitatif antara lain:

1. Tahap pra lapangan, yaitu orientasi yang meliputi kegiatan penentuan fokus, penyesuaian paradigma dengan teori dan disiplin ilmu, penjajakan dengan konteks penelitian mencakup observasi awal ke lapangan.
2. Tahap kegiatan lapangan, meliputi pengumpulan data-data yang terkait dengan fokus penelitian.
3. Tahap analisis data, tahap ini meliputi kegiatan mengolah dan mengorganisir data yang diperoleh melalui observasi partisipan, wawancara mendalam dan dokumentasi, setelah itu dilakukan penafsiran data sesuai dengan konteks permasalahan yang diteliti. Selanjutnya dilakukan pengecekan keabsahan data dengan cara mengecek sumber data dan metode yang digunakan untuk memperoleh data sebagai data yang valid, akuntabel sebagai dasar dan bahan untuk pemberian makna atau penafsiran data yang merupakan proses penentuan dalam memahami konteks penelitian yang sedang diteliti.
4. Tahap penulisan laporan, tahap ini meliputi kegiatan penyusunan hasil penelitian dari semua rangkaian kegiatan pengumpulan data sampai pemberian makna data.

Secara teknis tahapan penelitian tersebut digambarkan dalam kerangka pemikiran dibawah ini:



Gambar 3.1
Kerangka Pemikiran



BAB IV
ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Produk Unggulan Payung Geulis dan Makanan Olahan.

Deskripsi mengenai gambaran umum produk unggulan payung geulis dan makanan olahan didasari pada proses evaluasi perkembangan industri di Kota Tasikmalaya. Proses ini dimaksudkan untuk mendapatkan potret kondisi objektif produk unggulan payung geulis dan makanan olahan serta faktor-faktor pendukung perkembangan yang relevan dengan perkembangan industri payung geulis dan makanan olahan.

Evaluasi perkembangan industri di suatu daerah merupakan proses analisis dan penilaian tentang bagaimana sektor industri di daerah tersebut berkembang dari waktu ke waktu. Evaluasi ini bertujuan untuk memahami pencapaian, tantangan, dan peluang yang terkait dengan pertumbuhan industri dan bagaimana kontribusinya terhadap perekonomian dan kesejahteraan masyarakat setempat.

Kondisi objektif industri payung geulis dan makanan olahan di Kota Tasikmalaya akan ditinjau melalui pendekatan terhadap beberapa indikator yang dijadikan ukuran untuk mengidentifikasi kondisi masa lalu, mengevaluasi kondisi saat ini, dan merencanakan strategi peningkatan/pengembangan di masa yang akan datang.

4.1.1 Kondisi Objektif Produk Unggulan Payung Geulis dan Makanan Olahan

Berdasarkan data izin usaha industri yang terdapat di Dinas Koperasi, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah, Perindustrian dan Perdagangan Kota Tasikmalaya, diperoleh informasi mengenai perkembangan unit usaha produk payung geulis dan makanan olahan.

Tabel 4.1
Unit Usaha IKM Payung Geulis dan Makanan Olahan

No.	Komoditi Industri	2018	2019	2020	2021	2022
1	Payung Geulis	7	7	7	7	7
2	Makanan Olahan	534	566	574	585	611

Sumber: Dinas UMKM dan Indag, 2022



Pada tabel 4.1 diperoleh informasi adanya stagnansi jumlah unit usaha payung geulis, yaitu 7 (tujuh) unit usaha selama 5 (lima) tahun terakhir. Sedangkan untuk produk makanan olahan menunjukkan tren yang terus meningkat, yaitu kenaikan 6% pada tahun 2019, 1% pada tahun 2020, 2% pada tahun 2021, dan 4% pada tahun 2022.

Tabel 4.2
Tenaga Kerja IKM Payung Geulis dan Makanan Olahan (Orang)

No.	Komoditi Industri	2018	2019	2020	2021	2022
1	Payung Geulis	47	47	7	47	47
2	Makanan Olahan	5.125	5.219	5.274	5.378	9.096

Sumber: Dinas UMKM dan Indag, 2022

Jumlah tenaga kerja berbanding lurus secara konstan terhadap jumlah unit usaha sebesar 47 orang. Namun dampak ekonomi pandemi covid-19 yang terjadi pada tahun 2020 memaksa unit usaha untuk merumahkan sebagian besar pegawainya, sehingga mengalami penurunan signifikan sebanyak 7 orang dan kembali stabil pada tahun 2021-2022. Hal ini dipengaruhi oleh pelonggaran kebijakan pemberlakuan pembatasan kegiatan masyarakat (PPKM) dan pembatasan sosial berskala besar (PSBB) yang memberi dampak positif pada bergeliatnya kembali aktivitas bisnis.

Berbeda dengan payung geulis, tenaga kerja pada industri makanan olahan tetap menunjukkan peningkatan secara konsisten. Para produsen menyikapi pembatasan aktivitas fisik dengan mengubah strategi pemasaran dari kontak langsung menjadi pemasaran secara online.

Berdasarkan hasil survey, terdapat 12 (dua belas) unit usaha pengrajin payung geulis yang tersebar di berbagai daerah di Kota Tasikmalaya, ditunjukkan melalui tabel di bawah ini:



Tabel 4.1
Unit Usaha dan Tenaga Kerja IKM Payung Geulis

No.	Nama Pengrajin	Alamat	Jumlah TK	Kategori Produksi
1	Bagus (Hasta Adi Karya)	Panyingkiran	7	Perakitan
2	Ade	Ciharashas	1	Perakitan
3	Didi	Tamansari	5	Rangka bola-bola
4	Pipin Ridwansyah	Pagendingan	4	Rangka bola-bola
5	Yayat (Mandiri)	Panyingkiran	4	Perakitan
6	Eri Aksa (Sanggar Kinanti)	Cisumur	9	Perakitan
7	Sandi (Karya Utama)	Panyingkiran	2	Perakitan
8	Nanang (Prima Art)	Panyingkiran	2	Perakitan
9	Tommy	Cisumur	5	Perakitan
10	Budi Nailah	Panyingkiran	5	Perakitan
11	Darman	Ampera	2	Perakitan
12	H. Ade	Babakan Payung	1	Perakitan
13	Agus	Ciharashas	1	Gagang

Sumber: Diolah Peneliti, 2023

Unit usaha UMKM payung geulis terbagi menjadi 3 (tiga) jenis produksi, yaitu produksi gagang, produksi rangka dan bola-bola, serta perakitan/produk akhir dengan total jumlah tenaga kerja 48 orang. Area pemasaran terdiri dari pasar lokal, regional, hingga nasional. Ironisnya, pasar dominan mereka adalah pasar di luar wilayah Kota Tasikmalaya. Pesanan yang berasal dari dalam kota hanya diperoleh secara musiman untuk kegiatan yang bersifat seremonial formal, seperti acara perpisahan sekolah, pameran, festival budaya, dsb.

Tabel 4.3
Nilai Investasi IKM Payung Geulis dan Makanan Olahan (Rp. 000)

No.	Komoditi Industri	2018	2019	2020	2021	2022
1	Payung Geulis	45.500	45.500	45.500	45.500	45.500
2	Makanan Olahan	51.119.960	51.119.960	58.809.160	61.108.674	99.255.955

Sumber: Dinas UMKM dan Indag, 2022

Nilai investasi usaha adalah jumlah total uang atau aset yang ditanamkan atau diinvestasikan dalam mendirikan, mengembangkan, atau mengoperasikan sebuah usaha atau perusahaan. Nilai investasi usaha mencakup semua sumber daya finansial yang diperlukan untuk memulai dan



menjalankan operasional bisnis, seperti modal awal, modal yang ditanamkan oleh pemilik, pinjaman, atau investasi dari pihak luar.

Dapat dilihat pada tabel 4.3 bahwa investasi pada industri payung geulis dari tahun ke tahun bernilai tetap, yaitu Rp 45.500.000,-. Nilai investasi yang tidak berubah disebabkan salah satunya oleh permintaan yang cenderung konstan, sehingga tidak memerlukan modal atau aset tambahan untuk memenuhi kebutuhan produksi. Sedangkan pada industri olahan makanan memperlihatkan eskalasi, artinya prospek bisnis olahan makanan berjalan secara dinamis dan berkembang.

4.1.2 Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Pemberdayaan UMKM dilakukan melalui penguatan sentra IKM/UMKM, pejabat fungsional penyuluh perindustrian dan perdagangan, konsultan, dan penyediaan pusat-pusat pengembangan UMKM.

1. Sentra UMKM/Industri Kecil Menengah (IKM)

Sentra Industri Kecil dan Menengah (IKM) adalah kawasan yang di dalamnya terdapat kegiatan proses produksi untuk suatu komoditi kegiatan ekonomi yang telah terbentuk secara alami yang ditunjang oleh sarana untuk berkembangnya produk atau jasa yang terdiri dari sekumpulan pengusaha mikro, kecil, dan menengah.

Di area sentra tersebut terdapat kesatuan fungsional secara fisik: lahan, geografis, infrastruktur, kelembagaan dan sumber daya manusia, yang berpotensi untuk berkembangnya kegiatan ekonomi di bawah pengaruh pasar dari suatu produk yang mempunyai nilai jual dan daya saing tinggi. Sentra industri payung geulis terdapat di dua kecamatan, yaitu Indihiang dan Tamansari. Sedangkan sentra industri makanan olahan tersebar di 10 (sepuluh) kecamatan di Kota Tasikmalaya (Dinas KUMKM dan Indag Kota Tasikmalaya, 2020).

2. Pusat Pengembangan Industri Kerajinan (PPIK)

Pusat Pengembangan Industri Kerajinan (PPIK) merupakan suatu wadah bagi berbagai macam kerajinan unggulan dari setiap sentra industri kecil dan menengah yang ada di Kota Tasikmalaya. Pusat Pengembangan



Industri Kerajinan (PPIK) berdiri pada tahun 2018 yang dibentuk oleh Pemerintah Kota Tasikmalaya melalui Dinas Koperasi, UMKM Perindustrian dan Perdagangan Kota Tasikmalaya yang memiliki fungsi yaitu untuk menjadi wadah bagi para pengusaha UMKM Kerajinan Kota Tasikmalaya untuk mendapat pelatihan, promosi, dan pembinaan yang dilaksanakan oleh para penyuluh dari Dinas Koperasi, UMKM Perindustrian dan Perdagangan Kota Tasikmalaya.

Pembentukan Pusat Pengembangan Industri Kerajinan (PPIK) ini terbilang masih baru sehingga kepengurusan/kegiatannya masih ditangani langsung oleh Kelompok Jabatan Fungsional/ Penyuluh dari Dinas Koperasi, UMKM, Perindustrian dan Perdagangan Kota Tasikmalaya. Namun pada tahun 2021 Dinas Koperasi, UMKM, Perindustrian dan Perdagangan Kota Tasikmalaya merencanakan akan membentuk organisasi kepengurusan Pusat Pengembangan Industri Kerajinan (PPIK) yang akan mengelola PPIK tersebut. Pusat Pengembangan Industri Kerajinan (PPIK) memiliki beberapa Fungsi yaitu: (1) Pembinaan (Ditangani oleh Bidang Koperasi dan UMKM dari Dinas Koperasi, UMKM, Perindustrian dan Perdagangan Kota Tasikmalaya); (2) Promosi (Ditangani oleh Bidang Perdagangan dari Dinas Koperasi, UMKM, Perindustrian dan Perdagangan Kota Tasikmalaya); dan (3) Pelatihan (Ditangani oleh Bidang Perindustrian dari Dinas Koperasi, UMKM, Perindustrian dan Perdagangan Kota Tasikmalaya).

3. Pusat promosi dan pengembangan IKM

Promosi pengembangan IKM dilakukan dengan mendirikan Pusat Pemasaran Produk UKM melalui Factory Outlet Kota Tasikmalaya (Imah Tasik) dan pusat pemasaran Industri Bordir di Tanah Abang blok F lantai 5 seluas 1000m2 untuk 500 UMKM serta rencana membangun Gedung Pusat Promosi dan Pemasaran Produk IKM di Area Kawasan Pusat Pengembangan Industri kerajinan Kota Tasikmalaya.



4.2 Strategi Peningkatan Daya Saing

4.2.1 Produk Makanan Olahan

1. Analisis Manajerial

Untuk mengukur, menilai dan mengevaluasi kinerja manajemen UMKM makanan olahan, digunakan analisis SWOT, yaitu suatu identifikasi dari berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategis usaha. Analisis SWOT didasarkan pada logika dimana dilakukan untuk memaksimalkan kekuatan (*streght*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*). Kemunculan faktor internal maupun eksternal, perlu diidentifikasi kemudian menilai variabel-variabel yang merupakan kekuatan dan kelemahan, serta peluang dan ancaman bagi usaha.

Guna memperoleh informasi yang valid dan objektif, dilakukan survey kepada sejumlah responden UMKM/IKM makanan olahan. Jumlah populasi UMKM makanan olahan sebesar 611 UMKM (Indag, 2022). Rumus yang digunakan untuk menentukan jumlah sampel menggunakan rumus Slovin (Sugiono, 2012), sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{(1+(N \times e^2))}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = batas kesalahan maksimal yang ditolerir adalah 0,1 (10%)

sehingga diperoleh perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{611}{(1+(611 \times 0{,}1^2))}$$

$$n = \frac{611}{(1+6{,}11)}$$

$$n = 85{,}935 \approx 86$$



Berdasarkan jumlah sampel yang diperoleh, digunakan teknik pengambilan sampel berupa *cluster random sampling*, yaitu teknik sampling daerah yang digunakan untuk menentukan sampel bila obyek yang akan diteliti sangat luas, dalam hal ini jumlah IKM makanan olahan yang tersebar di 10 Kecamatan di Kota Tasikmalaya (Sugiyono, 2012). Adapun klasterisasi yang dimaksud disajikan dalam tabel di bawah ini:

Tabel 4.4
Jumlah Sampel Per Kecamatan

No	Kecamatan	Jumlah	Persentase	Sampel
1	Bungursari	80	13%	11
2	Cibeureum	49	8%	7
3	Cihideung	52	9%	7
4	Cipedes	94	15%	13
5	Indihiang	60	10%	8
6	Kawalu	56	9%	8
7	Mangkubumi	39	6%	5
8	Purbaratu	31	5%	4
9	Tamansari	45	7%	6
10	Tawang	105	17%	15
Total		**611**	**100%**	**86**

Sumber: Diolah Peneliti (2023)

Dengan menggunakan instrumen kuesioner, dilakukan survey terhadap 86 UMKM olahan yang tersebar secara proporsional di 10 (sepuluh) Kecamatan di Kota Tasikmalaya. Instrumen kuesioner menggambarkan potensi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman (tantangan) yang kemudian akan dipetakan menggunakan analasis faktor internal (IFA) dan analisis faktor eksternal (EFA).

Hasil identifikasi jenis-jenis variabel dari proses wawancara dengan responden, diperoleh variabel-variabel kekuatan dan kelemahan. Dari hasil data yang didapatkan dilakukan pengolahan untuk memperoleh bobot.

$$\text{Rumus Bobot} = \frac{\text{Nilai pengolahan data kuesioner}}{\text{Total nilai pengolahan data kuesioner}}$$

Untuk mengukur sejauhmana kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh IKM makanan olahan ini digunakan model matriks *Internal Factor Analysis Summary* (IFAS), seperti tertera pada tabel 4.5



Tabel 4.5
Matrik IFAS IKM Makanan Olahan

Faktor-Faktor Strategis	Bobot	Relatif	Rating	Skor (Bobot x Rating)
Kekuatan				
Kualitas bahan baku	4,6	0,14	4	0,57
Persediaan bahan baku	3,7	0,11	3	0,34
Kualitas tenaga kerja	3,5	0,11	3	0,32
Ketersediaan tenaga kerja	3,3	0,10	3	0,31
Sumber modal sendiri	4,3	0,13	4	0,53
Total	**19,4**	**0,60**		**2,07**
Kelemahan				
Akses terhadap sumber modal	2,5	0,08	1,5	0,12
Ketersediaan alat/teknologi	2,5	0,08	2	0,15
Legalitas produk	3	0,09	1	0,09
Pengelolaan keuangan belum terstruktur	2	0,06	3	0,19
Pengemasan yang tidak terstandar	3	0,09	1,5	0,14
Total	**13**	**0,40**		**0,69**
Total Faktor Internal	**32,4**	**1,00**		**2,76**

Dari hasil perhitungan IFAS menunjukkan bahwa faktor internal yang memiliki kekuatan utama dengan skor 0,57 yaitu kualitas bahan baku. Diikuti oleh sumber modal sendiri dengan skor 0,53, persediaan bahan baku dengan skor 0,34, kualitas tenaga kerja dengan skor 0,32, dan ketersediaan tenaga kerja dengan skor 0,3. Sedangkan faktor internal yang memiliki kelemahan utama dengan skor nilai 0,09 yaitu legalitas produk. Selanjunya diikuti oleh akses terhadap sumber modal dengan skor 0,12, pengemasan dengan skor 0,14, ketersediaan alat/teknologi dengan skor 0,15, dan pengelolaan keuangan belum terstruktur dengan skor 0,19.

Apabila faktor strategis pada kekuatan dioptimalkan dapat mengatasi berbagai kelemahan yang ada. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai total skor pada matrik IFAS yaitu 2,07 > 0,69, artinya kondisi internal memiliki kekuatan yang dapat mengatasi situasi tidak menguntungkan.

Pada faktor eksternal teridentifikasi variabel-variabel yang berpengaruh positif yaitu sebagai peluang, dan variabel-variabel yang berpengaruh negatif yaitu sebagai ancaman. Untuk penilaian faktor eksternal tersebut digunakan model matriks *External Factors Analysis Summary* (EFAS), yang tersaji pada tabel 4.6



Tabel 4.6
Matrik EFAS IKM Makanan Olahan

Faktor-Faktor Strategis	Bobot	Relatif	Rating	Skor (Bobot x Rating)
Peluang				
Pangsa pasar makanan yang terbuka luas	4,5	0,13	4	0,53
Iklim usaha yang kondusif	3,3	0,10	3	0,29
Program bantuan modal dari pemerintah (dukungan regulasi)	4	0,12	4	0,47
Ketersediaan bahan baku	4,3	0,13	3	0,38
Perizinan lebih mudah	4	0,12	4	0,47
Total	**20,1**	**0,59**		**2,13**
Ancaman				
Diversifikasi produk makanan yang lebih menarik	2,5	0,07	2	0,15
Perubahan minat konsumen	3	0,09	2	0,18
Persaingan usaha sejenis/kompetitor	2,8	0,08	1	0,08
Kenaikan harga bahan baku	2,7	0,08	1,5	0,12
Promosi yang dilakukan pesaing	3	0,09	1	0,09
Total	**14**	**0,41**		**0,61**
Total Faktor Eksternal	**22,8**	**1,00**		**2,71**

Hasil analisis tabel EFAS menunjukkan bahwa terdapat beberapa faktor yang menjadi faktor eksternal utama sebagai peluang dengan perolehan skor 0,53 yaitu pangsa pasar yang semakin terbuka luas. Diikuti program bantuan modal dari pemerintah dan perizinan lebih mudah dengan skor 0,47, ketersediaan bahan baku dengan skor 0,38, dan iklim usaha yang kondusif dengan skor 0,29. Selanjutnya dihasilkan faktor eksternal utama sebagai ancaman dengan perolehan skor sebesar 0,08 yaitu persaingan usaha sejenis/kompetitor. Dikuti promosi yang dilakukan pesaing dengan skor 0,09, kenaikan harga bahan baku dengan skor 0,12, diversifikasi produk makanan yang lebih menarik dengan skor 0,15, dan perubahan minat konsumen dengan skor 0,18.

Jika semua variabel atau faktor peluang yang ada dimanfaatkan dengan optimal maka akan dapat mengatasi berbagai potensi ancaman. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan nilai total EFAS sebesar 2,13 > 0,61 yang berarti sistem mampu merespon situasi eksternal yang ada.



Dari hasil pembobotan IFAS dan EFAS pada tabel diatas diperoleh total kekuatan *(strength),* peluang *(Opportunity),* kelamahan *(weakness),* dan ancaman *(threat)* sebagai berikut:

Tabel 4.7
Analisis Strategis

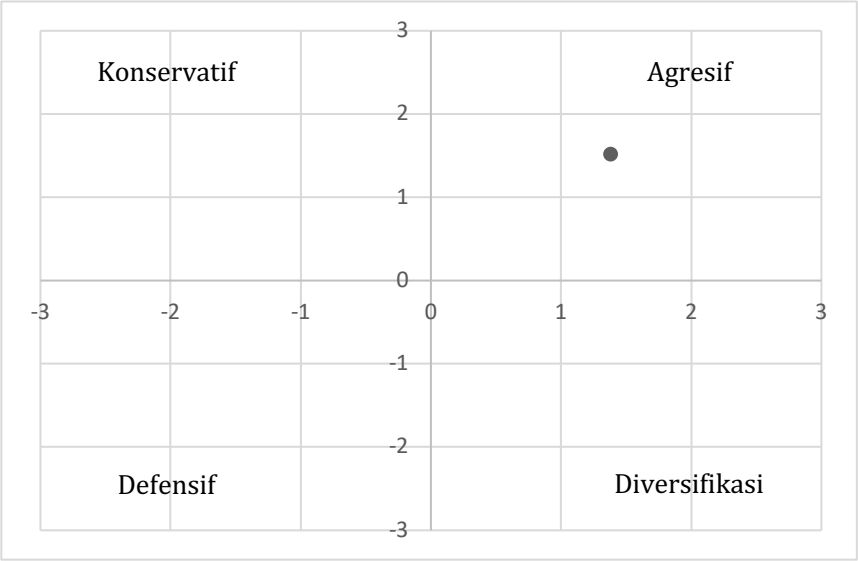
Faktor Strategis	Skor
Kekuatan	2,07
Peluang	2,13
Kelemahan	0,69
Ancaman	0,61
Kekuatan + Peluang = 4,2	
Kelemahan + Ancaman = 1,3	
dapat diketahui: **Kekuatan + Peluang > Kelemahan + Ancaman**	

Berdasarkan tabel 4. maka faktor strategis kekuatan dan peluang mendukung tercapainya jalan ke luar dari pokok permasalahan yang ada untuk mendapatkan rekomendasi yang diharapkan. Selanjutnya dilakukan perhitungan selisih skor bobot kekuatan (S), kelemahan (W), peluang (O), dan ancaman (T), yaitu:

SW = 2,07 - 0,69 = 1,38

OT = 2,13 - 0,61 = 1,52

Mengacu pada hasil perhitungan di atas, dilakukan formulasi strategi dengan *matriks space* sebagai berikut:



Gambar 4.1
Matriks Space



Pada gambar 4.1, penentuan formulasi strategi dengan menggunakan *matriks space* terlihat bahwa nilai SW memiliki nilai selisih positif yakni sebesar 1,38 sedangkan OT Positif sebesar 1,52 sehingga UMKM makanan olahan berada dalam posisi kuadran 1 yakni mendukung strategi agresif. Menurut Rangkuti (2013) menyatakan bahwa kuadran 1 merupakan situasi yang sangat menguntungkan karena UMKM makanan olahan memiliki peluang dan kekuatan internal, sehingga dengan kekuatan yang ada UMKM olahan dapat dapat memanfaatkan peluang secara optimal dan dapat menjadi keuntungan strategis.

Mengacu pada hasil identifikasi lingkungan eksternal dan internal, maka dapat diperoleh daftar analisis kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*) atau analisis SWOT. Analisis SWOT tersebut di masukkan kedalam tabel Matriks SWOT agar dapat membuat alternatif-alternatif strategi untuk IKM makanan olahan. Berdasarkan analisis yang telah, dapat diketahui formulasi SWOT Matriks IKM makanan olahan pada Tabel 4.8 di bawah ini:

Tabel 4.8
Matriks Analisis SWOT UMKM Makanan Olahan

IFAS / EFAS	**Kekuatan (S)**	**Kelemahan (W)**
	1. Kualitas bahan baku 2. Persediaan bahan baku 3. Kualitas tenaga kerja 4. Ketersediaan tenaga kerja 5. Sumber modal sendiri	1. Akses terhadap sumber modal 2. Ketersediaan alat/teknologi 3. Legalitas produk dan legalitas usaha 4. Pengelolaan keuangan belum terstruktur 5. Pengemasan yang tidak terstandar
Peluang (O) 1. Pangsa pasar makanan yang terbuka luas 2. Iklim usaha yang kondusif 3. Program bantuan modal dari pemerintah (dukungan regulasi) 4. Perizinan lebih mudah 5. Ketersediaan bahan baku	**SO** 1. Penguatan persediaan bahan baku menghadapi pesanan besar yang bersifat insidental 2. Pelatihan kualitas produksi bagi tenaga kerja 3. Peningkatan omset/penjualan	**WO** 1. Memanfaatkan fasilitas pembiayaan ke perbankan (KUR) 2. Pemenuhan sertifikasi produk (PIRT, Halal)
Ancaman (T) 1. Persaingan usaha sejenis/kompetitor 2. Kenaikan harga bahan baku 3. Promosi yang dilakukan pesaing	**ST** 1. Inovasi produk 2. Penguatan media promosi *online* 3. Mempertahankan penggunaan bahan baku yang berkualitas	**WT** 1. Pelatihan standardisasi kemasan untuk meningkatkan daya tarik produk



4. Perubahan minat konsumen 5. Diversifikasi produk makanan yang lebih menarik	4. Penguatan tabungan sebagai antisipasi fluktuasi harga bahan baku	2. Pemenuhan legalitas usaha untuk menjaga kepercayaan konsumen

Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)

Tahap terakhir dalam perumusan strategi adalah tahap keputusan. QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*) adalah alat yang memungkinkan penyusunan strategi untuk mengevaluasi alternatif strategi secara objektif, berdasarkan faktor-faktor keberhasilan penting internal dan eksternal yang diidentifikasi sebelumnya. Secara konseptual, QSPM digunakan untuk menentukan daya tarik relatif dari berbagai strategi yang dibangun berdasarkan faktor-faktor keberhasilan penting eksternal dan internal IKM makanan olahan. Penyusunan Matriks QSPM dibuat berdasarkan alternatif-alternatif strategi yang muncul dalam analis SWOT (terlampir).

Penyusunan Matriks QSPM dibuat berdasarkan alternatif-alternatif strategi yang muncul dalam analisis SWOT. Nilai daya tarik (*attractive score*) menunjukan daya tarik relatif dari setiap faktor-faktor kunci terhadap alternatif strategi. Nilai daya tarik didiskusikan bersama dengan narasumber berdasarkan pertimbangan apakah faktor-faktor kunci berpengaruh pada alternatif strategi yang terpilih, atau tidak. Jika fator-faktor kunci berpengaruh terhadap alternatif strategi yang dipilih sangat menarik atau berpengaruh maka daya tarik (AS) diberi nilai 4, cukup menarik atau cukup berpengaruh diberi nilai 3, kurang menarik atau kurang berpengaruh diberi nilai 2 dan tidak menarik atau tidak berpengaruh diberi nilai 1. Selanjutnya total nilai daya tarik (*total attractive score*) diperoleh dari perkalian bobot (*weight*) dengan AS. Pemberian nilai pada tabel bobot disamakan dengan bobot di tabel EFE dan IFE, sedangkan daya tarik atau *attractivenes score* (AS) diberikan berdasarkan pertimbangan apakah faktor-faktor tersebut memengaruhi strategi yang akan dipilih atau tidak. Berdasarkan hasil QSPM didapatkan ringkasan grand total TAS yang menghasilkan strategi prioritas untuk beberapa tahun ke depan. Untuk mempermudah pemahaman berikut adalah ringkasan hasil QSPM.



Tabel 4.9
Strategi Prioritas Berdasarkan Matriks QSPM

No	Strategi	Grand Total TAS
1	Peningkatan omset/penjualan	6,70
2	Mempertahankan penggunaan bahan baku yang berkualitas	5,64
3	Memanfaatkan fasilitas pembiayaan ke perbankan	5,48
4	Penguatan media promosi *online*	5,39
5	Pemenuhan sertifikasi produk (PIRT, Halal)	5,23
6	Pelatihan standardisasi kemasan untuk meningkatkan daya tarik produk	5,23
7	Inovasi produk	4,98
8	Penguatan persediaan bahan baku menghadapi pesanan besar yang bersifat insidental	4,87
9	Pelatihan kualitas produksi bagi tenaga kerja	4,80
10	Pemenuhan legalitas usaha untuk menjaga kepercayaan konsumen	4,78
11	Penguatan tabungan sebagai antisipasi fluktuasi harga bahan baku	4,19

Sumber: Diolah Peneliti (2023)

2. Analisis Teknis

a. Standardisasi Pangan Industri Rumah Tangga (P-IRT)

Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang bergerak pada usaha olahan pangan makanan dan minuman, wajib memiliki perijinan kelayakan produksi yang dituangkan dalam bentuk sertifikat, salah satunya berupa legalitas Pangan Industri Rumah Tangga (PIRT). Berdasarkan Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) Nomor 22 Tahun 2018 tentang pedoman pemberian sertifikat Pangan Industri Rumah Tangga, dijelaskan bahwa pengertian PIRT adalah sertifikat izin Pangan Industri Rumah Tangga (PIRT) yang diberikan oleh Bupati atau Walikota melalui Dinas Kesehatan. Hal ini dituangkan juga dalan peraturan pemerintah Republik Indonesia Nomor 86 tahun 2019 tentang Keamanan Pangan pasal 35 ayat (1) yakni pangan olahan tertentu yang diproduksi oleh industri rumah tangga wajib memiliki ijin produksi pangan olahan industri rumah tangga dan ayat (3) penerbitan sertifikat PIRT harus memenuhi persyaratan yang meliputi jenis pangan, tata cara penilaian dan tata cara pemberian izin produksi. Ayat (4) penerbitan sertifikat produksi pangan olahan industri rumah tangga



dilaksanakan dengan mengacu pada pedomam sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Sertifikat ini mengacu bahwa pangan hasil produksi yang dihasilkan telah memenuhi persyaratan dan standar keamanan yang telah ditentukan dan sebagai bentuk tanggung jawab pemilik usaha menjual produknya kepada konsumen. Sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah Tangga (SPP-IRT) merupakan sebuah dokumen resmi tertulis yang diberikan dari pemerintah kota dan sangat dibutuhkan oleh UMKM yang ada di Kota Tasikmalaya agar dapat memasarkan produknya sesuai dengan peraturan BPOM dan memenuhi legal pangan.

Perlu diketahui bahwa perizinan PIRT hanya bisa di dapatkan oleh para pelaku UMKM dengan jenis produk tertentu. PIRT adalah sertifikasi perizinan untuk industri makanan dalam skala yang paling kecil atau bagi industri yang memproduksi makanan dan minuman dengan skala rumahan maka untuk industri pangan yang lingkup serta skalanya lebih besar dari produk makanan rumahan ini diatur dalam sistem perizinan yang berbeda. Selain itu sertifikasi perijinan PIRT adalah perizinan yang diberikan dalam periode waktu tertentu berdasarkan masa kadaluarsa dari produk makanan tersebut.

PIRT adalah sertifikasi untuk produksi skala rumahan dengan pengecualian jenis produk yang tidak disertakan dalam klasifikasi perizinannya. Jenis produk pangan berupa susu dan semua jenis olahannya seperti keju atau yoghurt, lalu produksi pangan berbahan daging dan olahannya seperti daging cincang dan daging beku, termasuk juga produksi makanan untuk bayi, dan air minum dalam kemasan itu diatur dalam jenis legalitas yang berbeda. Untuk produk pangan yang memiliki masa kadaluarsa lebih dari tujuh hari, sertifikasi PIRT dapat berlaku selama 5 tahun. Sementara produk pangan yang memiliki masa kadaluarsa kurang dari tujuh hari, sertifikasi PIRT hanya berlaku selama periode tiga tahun. Walau memiliki batas masa berlaku, seperti sertifikasi lainnya, PIRT adalah sertifikasi yang dapat diperpanjang setelah masa berlaku ini selesai.

Hasil survey lapangan mengungkap bahwa terdapat ini 37 UMKM (43%) olahan pangan makanan dan minuman belum memiliki legalitas sertifikat Pangan Industri Rumah Tangga. Hal ini hendaknya menjadi perhatian khusus bagi pemerintah untuk memberikan fasilitas pemenuhan PIRT kepada pelaku usaha

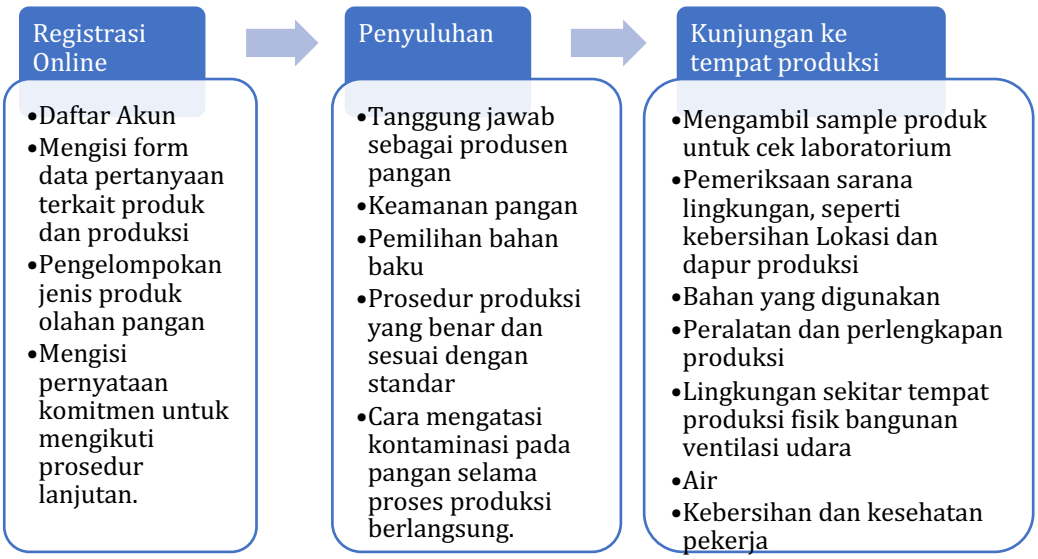


rumahan yang ada di berbagai Kecamatan di lingkungan Kota Tasikmalaya. Mayoritas UMKM di Kota Tasikmalaya memiliki jenis usaha yang menghasilkan produk makanan lebih dari 7 hari yakni makanan seperti snack ringan. Persyaratan untuk mendapatkan legalitas sertifikat PIRT sebenarnya cukup mudah bahkan bisa secara online, serta terdapat program pemerintah yang konsen untuk memfasilitasi PIRT.

Pasal 36 kewajiban memiliki izin produksi apabila para pelaku usaha memiliki produk yang:

1) Memiliki umur simpan kurang dari 7 (tujuh) hari;
2) Digunakan lebih lanjut sebagai bahan baku Pangan dan tidak dijual secara langsung kepada konsumen akhir; dan
3) Dimasukkan ke dalam wilayah Negara Kesatuan Repubiik Indonesia dalam jumlah terbatas untuk keperluan:
   a) Permohonan surat persetujuan pendaftaran;
   b) Penelitian; atau
   c) Konsumsi sendiri.

Dikutip dari Panduan Pengajuan SPP-IRT oleh Deputi Bidang Pengawasan Pangan Olahan-Badan POM RI pada tahun 2022 dijelaskan bahwa untuk mendaftarkan PIRT dimulai dari:



Gambar 4.2
Alur Pendaftaran PIRT



Mengacu pada indikator penilaian PIRT di atas, berdasarkan hasil kunjungan langsung ke 86 tempat produksi yang telah dilakukan, hasil survey *random sampling* ini terdapat 37 UMKM (43%) pelaku UMKM olahan pangan makanan dan minuman belum memiliki legalitas sertifikat Pangan Industri Rumah Tangga dikarenakan:

1) Keterbatasan informasi terkait dengan PIRT

   Sebagian pelaku UMKM tidak mengetahui wajibnya memiliki perijinan PIRT atau tidak melanjutkan proses keberlanjutan pendaftaran PIRT, baru sebatas memiliki NIB. Terdapat beberapa UMKM yang belum masuk ke dalam binaan Dinas Koperasi, Usaha Mikro Kecil Menengah, Perindustrian dan Perdagangan, sehingga menjadi faktor kendala dalam mendapatkan akses informasi maupun fasilitasi program dari pemerintah.

2) Bahan Baku dan Bahan Tambahan Pangan (Keamanan Pangan)

   Para pelaku usaha yang telah melalui survey menggunakan bahan baku dengan *grade* kualitas di bawah standar. Hal ini dilakukan untuk menekan biaya produksi agar harga produk akhir ke konsumen lebih terjangkau. Penggunaan Bahan Tambahan Pangan (BTP) kurang diperhatikan. Pelaku UMKM memilih menggunakan BTP yang tersedia dipasar tanpa menggunakan standar BPOM.

3) Peralatan dan perlengkapan produksi

   Peralatan produksi menggunakan alat yang sama dengan perlengkapan masak rumah tangga atau pribadi. Sedangkan syarat mendapatkan izin PIRT, alat dapur masak pribadi/ rumah tangga harus terpisah dengan alat produksi produk yang diperjualbelikan.

4) Label kemasan yang terstandar

   Sebanyak 58% UMKM di Kota Tasikmalya tidak menggunakan kemasan dan label kemasan yang terstandardisasi. Banyak UMKM yang rendah literasi terkait dengan penggunaan label pangan yang tepat, bahkan beberapa diantaranya tidak memiliki label pangan, sementara dalam proses pendaftaran PIRT harus melampirkan berkas atau label kemasan yang digunakan saat ini.



5) Lingkungan

Tempat produksi yang masih menyatu dengan dapur rumah tangga. PIRT memang diperuntukan untuk pelaku usaha dengan skala produksi rumahan, sehingga terdapat toleransi atas kondisi tersebut, asalkan peralatan dapur rumah tangga dan peralatan produksi dipisahkan. Namun yang harus menjadi perhatian adalah persoalan sanitasi air dan kebersihan lokasi dapur.

6) Faktor internal dari personal UMKM.

Pelaku UMKM masih menganggap perizinan merupakan hal yang sulit dilakukan secara teknis, memakan waktu dan biaya. Hal tersebut menjadi dasar pertimbangan UMKM untuk tidak menempuh proses perizinan dalam mendapatkan legal PIRT.

Legalitas PIRT penting untuk dimiliki oleh setiap pelaku UMKM yang berfungsi :

1) Sebagai tanda bahwa produk sudah memiliki ijin layak edar;
2) Produk sudah bisa bebas dijual secara luas di daerah Indonesia;
3) Produk makanan dan minuman yang diproduksi sudah terpercaya keamanannya;
4) Meningkatkan kepercayaan pembeli terhadap produk.

b. Sertifikasi Halal Produk Olahan Pangan Makanan dan Minuman

Pertumbuhan UMKM di Kota Tasikmalaya mengalami perkembangan yang cukup pesat. Pada tahun 2018 tercatat ada 5.125 UMKM dan tahun 2022 tercatat ada 9.096 UMKM (Dinas Koperasi, UMKM, Perindustrian dan Perdagangan, 2022). Hal ini berbanding lurus dengan kondisi ekonomi Kota Tasikmalaya yang semakin berkembang dari tahun ke tahun. Selain sebagai pusat perekonomian di Priangan Timur, Kota Tasikmalaya dikenal juga sebagai Kota Santri. Namun, berdasarkan hasil survey, terdapat 43% pelaku UMKM di Kota Tasikmalaya yang teridentifikasi belum memiliki sertifkasi halal. Hal ini menjadi ironis, ikon kota santri tidak berbanding lurus dengan layanan kebutuhan dasar konsumsi umat muslim berupa produk makanan olahan yang halal.

Berdasarkan Undang-undang RI No 33 tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal menyebutkan bahwa sertifikat halal adalah pengakuan kehalalan suatu



produk yang dikeluarkan oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) berdasarkan fatwa tertulis yang dikeluarkan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI). Sedangkan yang dimaksud dengan sertifikasi halal adalah suatu proses untuk memperoleh sertifikat halal melalui beberapa tahap untuk membuktikan bahwa bahan, proses produksi dan Sistem Jaminan Halal (SJH) memenuhi standar Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan dan Kosmetika (LPPOM) MUI. Regulasi lainnya mensyaratkan hal yang serupa, bahwa produk-produk yang diperjualbelikan kepada konsumen harus bersertifikat halal, antara lain:

1) Undang-undang (UU) Nomor 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 tentang Cipta Kerja menjadi Undang-Undang;
2) Peraturan Pemerintah Nomor 39 Tahun 2021 Tentang Penyelenggaraan Bidang Jaminan Produk Halal;
3) Keputusan Menteri Agama Nomor 748 Tahun 2021 Tentang Jenis Produk yang Wajib Bersertifikasi Halal;
4) Keputusan Menteri Agama Nomor 1360 Tahun 2021 tentang Bahan yang Dikecualikan dari Kewajiban Bersertifikat Halal;
5) Keputusan Kepala BPJPH Nomor 120 Tahun 2022 tentang Standar Pelayanan BPJPH;
6) Keputusan Kepala BPJPH Nomor 133 Tahun 2022 Tentang Tata Cara Permohonan Perubahan Data Pada Sertifikat Halal;
7) Keputusan Kepala BPJPH Nomor 141 Tahun 2021 Tentang Penetapan Tarif Layanan Badan Layanan Umum Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal;
8) Keputusan Kepala BPJPH Nomor 145 Tahun 2022 Tentang Penggunaan Logo Halal dan Label Halal pada Produk yang Telah Memperoleh Sertifikat Halal;
9) Keputusan Kepala BPJPH Nomor 20 Tahun 2023 tentang Kriteria Sistem Jaminan Produk Halal.

Dengan diberlakukannya regulasi-regulasi diatas, pelaku usaha olahan makanan dan minuman wajib memiliki legalitas halal. BPJPH dibantu oleh Lembaga Pemeriksa Halal (LPH), yang bertugas untuk melakukan kegiatan pemeriksaan dan atau pengujian terhadap kehalalan produk termasuk penugasan



terhadap auditor halal. Secara teknis, di tingkat daerah, LPH dibantu oleh Lembaga Pendamping Proses Produk Halal (LP3H) agar mempermudah pelaku usaha dalam mengakses dan mendaftar legalitas halal tersebut.

Saat ini program untuk penyaluran sertifikasi halal di Kota Tasikmalaya terus menerus dilakukan agar para pelaku usaha yang ada bisa memenuhi standar halal dan memiliki legalitas resmi berupa sertifikat halal. Namun pelaku usaha yang belum memiliki legal nomor izin berusaha (NIB) tidak masuk dalam binaan dinas terkait seperti di Dinas Koperasi, UMKM, Perindustrian dan Perdagangan Kota Tasikmalaya, sehingga menjadi kendala dalam proses pendataan untuk dapat menyalurkan fasilitas sertifikasi halal tersebut.

Akses untuk mendapatkan sertifikat halal lebih dipermudah oleh pemerintah dengan syarat dan ketentuan yang berlaku. Pendaftaran dapat dilakukan online dengan catatan para pelaku usaha harus mengetahui dulu syarat administratif dan ketentuan lain yang perlu disiapkan dan dibenahi pada produk dan proses produksinya.

Untuk masuk dalam kategori produk halal, terdapat tiga poin yang harus terpenuhi, yaitu:

1) Material.

   Standar material merupakan komposisi atau bahan yang dipakai produk harus memenuhi *material safety data sheet*, diproduksi pada fasilitas yang bebas dari hewan haram, sampai lulus pengujian *food contact standard.*

2) Produk.

   Setelah bahan baku, produk luar atau kemasan juga harus memenuhi syarat seperti tidak terkontaminasi dengan najis, memiliki kode produksi, terdaftar dalam MUI, sampai desain maupun bentuknya tidak mengarah kepada hewan haram.

3) Penyimpanan dan Pengiriman.

   Tempat penyimpanan dan pengiriman juga harus dipastikan kehalalannya baik dari lokasi penyimpanan sampai cara pengirimannya.



Sertifikasi halal melibatkan 3 (tiga) pihak yaitu BPJPH, LPH, dan MUI. BPJPH mengoperasionalkan jaminan produk halal. LPH melakukan pemeriksaan dokumen-dokumen, penjadwalan audit, pelaksanaan audit, pelaksanaan rapat auditor, penerbitan nota audit, penyampaian berita acara hasil audit pada rapat Komisi Fatwa MUI. Sedangkan MUI melalui Komisi Fatwa menetapkan kehalalan produk berdasarkan hasil audit dan penerbitan Ketetapan Halal MUI.

Tabel 4.10
Alur Pengajuan Legalitas Halal

1. Permohonan sertifikasi Halal
• Data Pelaku Usaha ; Nomor Induk Berusaha (NIB) • Penyelia Halal • Nama dan jenis Produk • Daftar produk dan bahan yang digunakan; bahan baku, bahan tambahan dan bahan penolong • Proses pengolahan produk; pembelian, penerimaan, penyimpanan bahan yang digunakan, pengolahan, pengemasan, penyimpanan produk jadi dan distribusi. • Dokumen sistem jaminan halal
↓
2. BPJPH
• Memeriksa Kelengkapan dokumen • Menetapkan Lembaga Pemeriksa Halal
↓
3. LPH
Memeriksa dan/menguji kehalalan produk dimulai dari • Material • Produk • Penyimpanan dan Pengiriman
↓
4. MUI
• Menetapkan kehalalan produk melalui sidang fatwa halal
↓
5. BPJPH
• Menerbitkan sertifikat halal



Berdasarkan hasil wawancara di lapangan, pelaku usaha UMKM di Kota Tasikmalaya yang belum memiliki sertifikat halal dikarenakan terkendala beberapa hal dari indikator penilaian halal yang telah ditentukan dan faktor internal dari pelaku usaha, diantaranya:

1) Material

Tingginya permintaan pasar dan berkembangnya para pelaku UMKM DI Kota Tasikmalaya membuat persaingan semakin ketat sehingga banyak dari pelaku usaha menekan biaya produksi dengan memilih bahan-bahan yang terjangkau. Diperkuat rendahnya pengetahuan terkait bahan tambahan pangan BTP yang diperbolehkan dan tidak diperbolehkan untuk digunakan seperti bahan pewarna makanan yang tidak ber-BPOM, penggunaan bahan pengawet yang tidak mematuhi standar dan lain sebagainya. Hal ini berakibat perlu perbaikan dari sisi kualitas produk dan keamanan pangannya. Para pelaku UMKM hanya membeli bahan baku utama dan bahan penolong dari pasar yang tersedia banyak tanpa mengetahui apakah bahan tersebut melalui proses yang laik atau tidak. Bahkan banyak diantaranya memakai bahan penolong yang belum terdaftar legal halalnya yang dibeli dalam bentuk kiloan seperti berbagai macam bumbu perasa untuk makanan.

2) Produk

Literasi mengenai label pangan yang terstandar masih rendah sehingga banyak diantaranya tidak memiliki label produk. Adapun UMKM yang sudah menggunakan label hanya mencantumkan merek dan jenis produknya saja. Sementara itu peraturan BPOM mensyaratkan berbagai informasi pada kemasan, berupa bahan komposisi yang digunakan. Perihal indikator yang harus dicantumkan dalam label pangan, Ketentuan UU Pangan No 18 tahun 2012 pasal 97 (3), mengatur bahwa label sekurang-kurangnya memuat :

a) Nama produk;
b) Daftar bahan yang digunakan;
c) Berat bersih atau isi bersih;
d) Nama dan alamat pihak yang memproduksi atau mengimpor;
e) Halal bagi yang dipersyaratkan;
f) Tanggal dan kode produksi ;



g) Tanggal, bulan, dan tahun kadaluarsa ;
h) Nomor izin edar bagi pangan olahan; dan
i) Asal usul pangan tertentu.

Merujuk pada indikator diatas, UMKM di Kota Tasikmalaya belum menggunakan label terstandardisasi. Begitu pula secara tampilan (desain visual) masih menggunakan atribut yang sangat sederhana. Mereka menganggap hal ini bukan menjadi prioritas utama dikarenakan kemasan tidak dimakan dan kemasan hanya sebagai pembungkus luar saja, setelah itu dibuang. Cara pandang ini menyebabkan enggannya para pelaku UMKM membuat label kemasan yang informatif. Namun, pada aspek desain visual yang mengarah kepada gambar yang diharamkan, belum terdapat temuan. Informasi lain diperoleh, terdapat 42% UMKM yang sudah menggunakan label kemasan yang sudah terstandar mengikuti aturan BPOM.

3) Penyimpanan dan Pengiriman

UMKM yang telah di survey mereka merupakan pelaku usaha rumahan yang masih sangat terbatas dalam hal fasilitas tempat terutama dapur produksi. Fungsi dapur produksi masih menyatu dengan dapur rumah tangga. Kondisi ini berkelindan dengan aktivitas penyimpanan bahan baku dan penyimpanan stok produk. UMKM melakukan penyimpanan di ruang tamu, di kamar, atau di bagian ruangan rumah yang masih kosong, dan bahkan menyatu dengan ruangan tempat aktivitas harian mereka.

Proses pengiriman mensyaratkan pemisahan lokasi penyimpanan produk halal dengan produk non-halal. Pemisahan ini bertujuan agar tidak terjadi persinggungan yang dapat menjadikan terkontaminasinya produk halal sehingga menganggu unsur kemurniannya. Tidak terdapat temuan yang berlawanan dengan kondisi tersebut, artinya pada proses pengiriman barang, produk UMKM masih dalam kategori terjamin kehalalannya.

Legalitas halal pada produk makanan di Indonesia memiliki sejumlah manfaat yang penting, baik bagi konsumen Muslim maupun produsen. Berikut adalah beberapa manfaat utama dari legalitas halal pada produk makanan di Indonesia:

1) Memenuhi kebutuhan konsumen muslim: Sebagian besar penduduk Indonesia adalah Muslim, tentunya diharuskan menerapkan konsep halal pada kebutuhan



konsumsinya. Dengan adanya legalitas halal, konsumen Muslim dapat dengan mudah memilih produk makanan yang sesuai dengan syariah.

2) Kepercayaan konsumen: Sertifikasi halal oleh BPJPH dan LPPOM MUI menciptakan kepercayaan konsumen terhadap produk makanan. Konsumen cenderung lebih percaya pada produk yang telah mendapatkan sertifikasi halal resmi sebagai jaminan kebaikan syariat dalam makanan yang mereka konsumsi.
3) Kepatuhan hukum: Di Indonesia, undang-undang mewajibkan produsen produk makanan untuk mendapatkan sertifikasi halal sebelum produknya dapat dijual secara sah. Oleh karena itu, legalitas halal merupakan komitmen UMKM dalam mematuhi hukum yang berlaku.
4) Ekspor: Produk makanan dengan sertifikasi halal dapat lebih mudah diekspor ke pasar luar negeri, terutama ke negara-negara dengan dominasi warga Muslim. Ini membuka peluang ekspor yang lebih besar bagi produsen Indonesia.
5) Peningkatan penjualan: Produk makanan yang memiliki sertifikasi halal cenderung lebih diminati oleh konsumen Muslim. Hal ini dapat mengakibatkan peningkatan penjualan bagi UMKM.
6) Perlindungan konsumen: Sertifikasi halal juga berfungsi sebagai perlindungan konsumen Muslim dari produk makanan yang tidak sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Ini menghindari potensi keraguan dan kebingungan terkait dengan kehalalan produk.
7) Inovasi produk: Permintaan akan produk makanan halal di Indonesia telah mendorong inovasi dalam industri makanan, termasuk pengembangan produk-produk baru yang sesuai dengan persyaratan halal.
8) Peluang bisnis: Industri sertifikasi halal di Indonesia telah berkembang pesat, menciptakan peluang bisnis yang signifikan bagi lembaga sertifikasi, auditor, dan pelaku bisnis terkait lainnya.

Dengan demikian, legalitas halal pada produk makanan di Indonesia memiliki manfaat yang signifikan, baik dari perspektif konsumen maupun produsen. Kondisi ini menciptakan lingkungan yang mendukung pemenuhan kebutuhan konsumen Muslim, peningkatan kualitas produk, dan pertumbuhan ekonomi dalam industri makanan di Kota Tasikmalaya.



c. Standardisasi *Good Hygiene Practice (GhyP)*

Secara umum, langkah-langkah untuk menjamin mutu dan keamanan pangan dimulai dengan merumuskan prosedur operasi dan praktik pengelolaan yang baik dari awal hingga akhir rantai pasokan, yang mencakup seluruh proses dari produksi hingga konsumsi, yang dikenal dengan istilah "dari produksi hingga konsumsi" atau "dari hulu ke hilir" atau *"from farm to table".* Keamanan dan mutu produk pangan sangat dipengaruhi oleh penerapan *Good Farming Practices* (GFP) pada usaha pertanian, praktek penanganan yang baik atau *Good Handling Practices* (GHYP) pada kegiatan pasca panen, *Good Hygienic Practices* (GHyP) pada semua penanganan bahan pangan, praktek produksi yang baik atau *Good Manufacturing Practices* (GMP) pada kegiatan manufaktur, praktek transportasi dan distribusi yang baik atau *Good Transportation/Distribution Practices* (GTP/GDP) pada kegiatan distribusi, *Good Retailing Practices* (GRP) pada proses pengeceran barang, *Good Catering Practices* (GCP) sebagai petunjuk bagi konsumen (Hariyadi dan Dewanti, 2011).

Good Hygiene Practice (GHyP) adalah serangkaian praktik sanitasi dasar yang harus diikuti oleh produsen makanan untuk memastikan keamanan dan kebersihan produk makanan. Standarisasi *Good Hygiene Practice* (GHyP) dan indikator penilaiannya adalah langkah-langkah yang diperlukan untuk memastikan bahwa produsen makanan mematuhi pedoman sanitasi yang ditetapkan untuk menghindari kontaminasi dan penyakit yang terkait dengan makanan. Aspek GHyP adalah aspek yang mengkaji tingkat kebersihan dalam seluruh perangkat produksi di sebuah perusahaan. GHyP juga menjadi prasyarat esensial dalam menerapkan sistem HACCP di perusahaan tersebut. Penerapan GHyP difokuskan pada evaluasi tingkat kebersihan dalam proses pengolahan dan juga infrastruktur yang digunakan.

Dengan menggunakan indikator penilaian GHyP, hasil yang didapatkan melalui survei ke 86 tempat produksi UMKM di 10 Kecamatan masuk dalam kategori kurang memenuhi yang artinya masih banyak yang perlu diperbaiki dan dibenahi dari berbagai aspek GHyP, dengan mempertimbangkan bahwa aspek GHyP ini merupakan aspek legal teratas dalam pemenuhan legalitas produk.

Evaluasi ini mengacu kepada peraturan yang telah dikeluarkan oleh Otoritas Keamanan Pangan Irlandia. Berikut adalah beberapa indikator *Good Hygiene Practice (GHyP)* yang berkaitan dengan berbagai aspek dalam industri makanan dan hasil



survei secara general di 86 tempat produksi UMKM olahan pangan di Kota Tasikmalaya:

1) Tempat

Aspek pertama yang perlu diperhatikan dalam memenuhi persyaratan GHyP yakni tempat yang merupakan keseluruhan lingkungan lokasi produksi beroperasional. Pada aspek ini akan dikaji lebih dalam pada unsur higienitasnya. Secara umum, hasil survei pada lokasi produksi UMKM di 10 Kecamatan Kota Tasikmalaya, menyatakan tempat produksi UMKM masuk dalam kategori kurang memenuhi aspek GHyP. Indikator ketidakterpenuhan aspek GHyP tercermin dalam hal-hal berikut ini:

a) Dapur produksi yang masih satu tempat dengan dapur rumah tangga. Segala aktivitas pengolahan makanan untuk konsumsi pribadi dan proses produksi untuk penjualan masih dalam satu dapur yang sama.
b) Kondisi ventilasi udara yang belum memadai sehingga sirkulasi udara sangat kurang.
c) Dinding dapur yang kurang bersih, atap dan ruangan yang masih banyak debu.
d) Tidak adanya *layout* alur produksi, dari mulai datangnya bahan baku, penyimpanan bahan, pencucian, pengolahan, masak, pengemasan sampai penyimpanan produk akhir. Keterbatasan tempat, biaya dan kebiasaaan/habit yang sudah dilakukan sejak lama menjadi faktor penunjangnya.
e) Kebersihan dan keteraturan area produksi dan penyimpanan, ketersediaan fasilitas pencuci tangan yang memadai, pemisahan area produksi dari area berpotensi kontaminasi, seperti toilet.

2) Peralatan

Aspek selanjutnya yang tidak memenuhi standar GHyP adalah dari peralatan produksi yang masih sama-sama digunakan untuk memasak harian keluarga, aspek ini termasuk kategori kritis. Aturan yang berlaku di BPOM menyatakan hal tersebut tidak boleh dilakukan. Ketentuan produksi di legalitas dasar PIRT saja sudah mesnyaratkan agar peralatan yang digunakan untuk produksi berbeda dengan peralatan dapur rumah tangga. Pada praktiknya,



mayoritas UMKM masih menggunakan alat dapur yang sama untuk produksi dan aktivitas rumah tangga. Peralatan yang digunakan untuk produksi termasuk masih manual, tidak menggunakan teknologi terbaruka. Kondisi ini dapat dibuktikan dengan data yang diperoleh bahwa terdapat 44 IKM (51%) tidak memiliki alat/teknologi penunjang produksi dan tidak mampu untuk memenuhinya yang dapat berdampak pada tidak efektifnya proses produksi.

Indikator lain yang memicu ketidaklayakan aspek peralatan adalah kebersihan dan sanitasi peralatan produksi dan penyimpanan, pemeliharaan peralatan yang bebas dari kerusakan atau karat yang dapat mengkontaminasi makanan, serta pembersihan dan desinfeksi rutin peralatan.

3) Sumber Air dan Energi

Ditinjau dari kondisi air di tempat produksi, UMKM Kota Tasikmalaya menggunakan air yang memenuhi unsur kelayakan. 60% penggunaan air bersumber dari PDAM untuk yang bertempat tinggal di kompleks perumahan atau yang sudah dekat dengan perkotaan. Sedangkan yang masih tinggal di daerah pinggiran kota secara geografis masih menggunakan air sumur. Karena keterbatasan peneliti dalam mengkaji lebih dalam mengenai cemaran mikroba dalam air tanah atau dari air PDAM tidak dapat dipastikan apakah terdapat cemaran untuk produksi atau tidak, akan tetapi melihat air yang digunakan oleh mereka sehari-hari, baik untuk keperluan pribadi dan rumah tangga ataupun untuk aktivitas produksi, sampai saat ini belum ditemukan masalah pada konsumen atau pihak pribadi dan keluarga akibat kontaminasi air yang menimbulkan alergi, keracunan dan lain-lain.

Mencegah terjadinya dampak negatif penggunaan air dalam proses produksi, Dalam pemerintah melalui Dinas Kesehatan Kota Tasikmalaya sebaiknya mengkaji lebih dalam mengenai sumber air yang dipakai utamanya oleh para pelaku UMKM, mengingat mereka memproduksi dan menjual suatu olahan pangan makanan dan minuman yang dikonsumsi langsung oleh masyarakat. Pemeriksaan secara berkala dan sosialisasi terkait penggunaan dan pemeliharaan air bersih perlu dilakukan oleh para pelaku usaha sebagai tanda tanggung jawab mereka terhadap konsumen untuk menggunakan bahan olahan dimana salah satu yang tidak dapat dipisahkan dari kegiatan produksi adalah



penggunaan air untuk membersihkan bahan baku, mencuci peralatan, atau sebagai bahan tambahan pada proses masak dan lain-lain. Sumber air yang aman dan bersih untuk digunakan dalam produksi makanan serta penggunaan energi yang aman dan sesuai. Untuk menghindari risiko hasil olahan makanan yang tidak sehat. Sumber air yang digunakan dalam produksi hendaknya memenuhi unsur-unsur sebagai berikut: (1) Pemeriksaan sumber air dan sistem energi untuk memastikan keamanannya; (2) Sumber air bersih dan aman untuk digunakan dalam proses produksi makanan; dan (3) Sistem pengolahan air yang efektif jika diperlukan

4) Kebersihan Lingkungan

Kondisi kebersihan lingkungan tempat produksi UKM Kota Tasikmalaya dirata-ratakan masih tergolong kurang laik. Rumah produksi yang masih bergabung dengan rumah pribadi dan secara langsung dapur produksi dapat dikatakan dapur rumah tangga, sehingga sangat sulit untuk mengontrol dan memberikan Standar Operasional Produksi (SOP) kepada para pelaku usaha dikarenakan keterbatasan area lokasi produksi.

Para pelaku UMKM hanya melakukan pembersihan di saat setelah melakukan proses produksi. Misal peralatan yang telah digunakan di rendam air kemudian di cuci menggunakan sabun cuci peralatan seperti yang biasa digunakan. Sebelum menggunakan kembali semua peralatan produksi setelah di cuci hanya dikeringkan di tempat-tempat yang areanya kurang higienis, seperti di keringkan di luar rumah, yang penting terkena sinar matahari atau hanya sekedar di simpan di area tempat pengeringan dapur tanpa melalui proses sanitasi. Untuk area lantai, dikarenakan peralatan produksi maupun peralatan kebersihan ruangan masih menggunakan satu alat yang sama seperti pel lantai yang digunakan bukan hanya untuk membersihkan area produksi tetapi juga digunakan untuk mengepel lantai seluruh area rumah, sehingga berpotensi terjadi kontaminasi.

Hal ini perlu menjadi perhatian pelaku usaha untuk dapat menjaga area kebersihan dan membuat aturan mana peralatan yang digunakan untuk produksi dan mana peralatan yang digunakan untuk rumah tangga. Sehingga



setidaknya para pelaku usaha bisa meminimalisasi kontaminasi bakteri yang bisa terjadi di area produksi.

Adapun rekomendasi yang harus dilakukan oleh UMKM terkait kebersihan lingkungan adalah: memperhatikan dan menjaga kondisi kebersihan lingkungan produksi, termasuk fasilitas, peralatan, dan area penyimpanan, serta pemeriksaan reguler oleh otoritas sanitasi untuk memastikan kondisi bersih dan terjaga.

5) Pengendalian Hama

Berdasarkan hasil survey di tempat produksi untuk pengendalian hama yang dilakukan, pelaku UMKM tidak mengetahui tentang adanya pengendalian hama, dan sampai saat ini selama produksi tidak pernah ada hama yang mengganggu aktivitas produksi, sehingga mereka merasa yakin dan aman dari hama. Menurut pandangan peneliti ada beberapa tempat produksi yang kerap disinggahi binatang peliharaan mereka sendiri, hal ini sebetulnya bisa menjadi pemicu adanya hama yang jatuh ke makanan, seperti ada unggas ayam yang masuk, kucing peliharaan yang berkeliaran. Tempat produksi yang berdekatan dengan area peternakan dan area produksi yang sangat mungkin untuk dihinggapi berbagai serangga seperti lalat atau laron.

Pengendalian hama atau binatang pemicu masalah kesehatan produksi dapat diantisipasi melalui penggunaan lampu ultraviolet yang berfungsi sebagai perangkap bagi setiap serangga, serta penyekatan area dapur untuk menghalangi binatang (ex: kucing atau unggas). Langkah pengendalian harus dilakukan dikarenakan hewan-hewan tersebut berpotensi membawa cemaran yang berbahaya dan menyebabkan makanan menjadi tidak higienis. Dalam jangka pendek maupun jangka panjang dapat menimbulkan bahaya kesehatan bagi konsumen. UMKM hendaknya mempelajari dan mempraktikkan pengendalian hama ini. Apabila terkendala keterbatasan informasi dan keilmuan, sebaiknya pemerintah menyelenggarakan program pengendalian hama yang efektif untuk mencegah infestasi hama pada produk makanan.

Adapun program yang dapat dilakukan untuk mengendalikan hama, antara lain: (1) Pemeriksaan keberadaan hama dan efektivitas program pengendalian oleh otoritas sanitasi; (2) Pengendalian hama yang efektif untuk mencegah



infestasi hama pada produk makanan; (3) Pemantauan keberadaan hama dan langkah-langkah pengendalian yang diambil untuk membantu UMKM mengaplikasikan pengendalian hama.

6) Kebersihan Personil/ Higienitas Pribadi

Aspek kebersihan personil UMKM Kota Tasikmalaya termasuk dalam kategori kurang laik. Beberapa temuan di lapangan mengeai kebersihan personil/higienitas pribadi antara lain: proses produksi tidak memakai sarung tangan, tidak memakai apron/celemek masak yang berfungsi untuk melindungi pakaian dan badan dari cipratan pada saat proses masak juga mencegah kontaminasi kotoran halus dari pakaian yang dipakai ke makanan. Abainya UMKM dalam menggunakan sarung tangan pada saat produksi karena penggunaannya dianggap menyulitkan dan menghambat kelancaran dalam proses produksi.

Sebaiknya UMKM mulai belajar dan menerapkan higienitas pribadi yang baik sebagai upaya menjaga keamanan dan kesehatan lingkungan kerja. Berikut beberapa tindakan yang bisa diterapkan:

a) Pemeriksaan kesehatan pegawai: para pemilik usaha harus memastikan bahwa setiap pegawai telah menjalani pemeriksaan kesehatan. Hal ini termasuk memastikan bahwa pegawai tidak memiliki luka atau gangguan pada kulit serta tidak menderita penyakit seperti batuk, demam, atau pilek. Ini adalah langkah penting untuk mencegah penyebaran penyakit di tempat kerja.

b) Pelarangan penggunaan perhiasan: Melarang pegawai untuk memakai perhiasan adalah tindakan yang dapat mengurangi risiko kontaminasi dan menghindari potensi penyebaran kuman. Perhiasan dapat menjadi tempat berkumpulnya kuman dan bakteri, sehingga larangan ini membantu menjaga kebersihan lingkungan kerja.

c) Batasan penggunaan parfum: Menggunakan parfum yang berlebihan dapat mengganggu rekan kerja dan mungkin menyebabkan alergi atau gangguan pernapasan pada beberapa individu. Batasan ini membantu menciptakan lingkungan kerja yang lebih nyaman dan aman.



d) Penggunaan sarung tangan dan apron: Penggunaan sarung tangan sekali pakai dan apron (pakaian produksi) adalah langkah yang baik untuk mencegah kontaminasi silang dan menjaga kebersihan selama proses produksi. Instruksi penggunaan yang tepat harus diberikan kepada pegawai untuk memastikan penggunaan yang benar.

e) Kebersihan kuku: Memastikan bahwa pegawai memiliki kuku yang bersih, tidak memanjang, dan tidak menggunakan cat pewarna kuku adalah langkah untuk menghindari kotoran atau kontaminasi pada makanan yang diproduksi. Kebersihan kuku merupakan hal penting dalam industri makanan.

f) Protokol pencucian tangan: Memberikan petunjuk yang jelas tentang cara mencuci tangan yang baik adalah langkah penting dalam menjaga kebersihan. Cara mencuci tangan yang benar, termasuk penggunaan sabun yang tidak beraroma, dapat membantu mencegah penyebaran kuman dan penyakit.

g) Larangan merokok, minum, dan makan: Melarang pegawai untuk merokok, minum, atau makan selama proses produksi adalah tindakan yang penting untuk mencegah kontaminasi makanan. Ini juga membantu menjaga fokus dan kedisiplinan selama bekerja.

h) Disiplin dan waktu kerja: Penting untuk memastikan bahwa pegawai memahami dan mematuhi jadwal kerja serta istirahat yang telah ditetapkan. Kedisiplinan dalam hal ini membantu menjaga kebersihan dan efisiensi di tempat kerja.

i) Pemeriksaan rutin oleh otoritas sanitasi untuk memastikan personil mematuhi praktik kebersihan pribadi.

j) Pelatihan dan sertifikasi personil dalam sanitasi dan kebersihan pribadi, seperti mencuci tangan secara teratur dan menggunakan pakaian kerja yang bersih.

7) Pengelolaan Limbah

Pengelolaan limbah yang dilakukaan oleh para pelaku UMKM Kota Tasikmalaya masih tergolong sederhana. Mereka hanya membuang limbah/sampah dengan menyediakan tempat sampah tersendiri dan langsung



dibuang ke Tempat Pembuangan Sampah (TPS). UMKM belum melakukan pemilahan sampah organik yang mudah membusuk seperti limbah bahan sayur, dan non organik berupa limbah/sampah plastik. Pembuangan sampah masih dilakukan pada satu tempat/wadah yang sama dengan tidak menggunakan penutup tempat sampah atau bahkan hanya dikumpulkan pada satu sudut tertentu. Ketika selesai produksi, mereka baru membuang sampah tersebut. Permasalahan sampah di area produksi tanpa penutup akan berdampak pada kontaminasi bakteri dan polusi udara.

Sebaiknya para pelaku usaha sudah memiliki area khusus atau tempat sampah tertutup, tujuan dari hal tersebut untuk menjaga lingkungan sekitar dan area produksi tetap bersih serta tidak menimbulkan cemaran yang dapat mengontaminasi pangan saat proses produksi berlangsung.

Langkah yang yang dapat dilakukan pada aspek pengelolaan limbah antara lain: (1) Pembuangan limbah padat dan cair yang sesuai dengan peraturan yang berlaku; (2) Pemisahan sampah organik dan non organik; (3) Pemeriksaan fasilitas pengelolaan limbah; (4) Pengelolaan dan pembuangan yang tepat; serta (5) Pemantauan dan pemeliharaan fasilitas pengelolaan limbah.

8) Pelatihan

Para pelaku UMKM di Kota Tasikmalaya tidak melakukan pelatihan kepada pegawai secara terstruktur. Sumber tenaga kerja yang digunakan oleh UMKM berasal dari keluarga sendiri dan/atau tenaga kerja yang berasal dari lingkungan sekitar. Para pegawai hanya menerima arahan pada saat pertama kali bekerja, sisanya diberikan arahan secara insidental pada saat proses produksi berlangsung.

Karakteristik lainnya adalah tidak adanya uraian pekerjaan yang jelas atau spesialis. Seorang pegawai dapat mengerjakan lebih dari satu proses pekerjaan, seperti memotong bahan, memasak, hingga mengemas. Perbaikan yang seharusnya dilakukan oleh para pemilik usaha yakni:

a) Pembagian fungsi kerja: mulai menyusun struktur kepegawaian sesuai kebutuhan fugsional seperti bagian pengadaan bahan baku, divisi produksi, divisi pengemasan, divisi kebersihan dan berbagai divisi yang disesuaikan dengan kebutuhan usaha. Langkah ini dapat membantu UMKM dalam



meningkatkan produktivitasnya. Keterbatasan jumlah karyawan berpengaruh dalam implementasi program ini. Oleh karena itu, UMKM dapat melaksanakan secara bertahap sesuai dengan kemampuannya. Namun harus menjadi komitmen bagi manajemen agar efektivitas produksi dapat tercapai optimal.

b) Instruksi kebersihan makanan: Memberikan instruksi kepada setiap pegawai yang akan mempersiapkan atau memproduksi makanan. Hal ini dapat membantu pegawai memahami standar kebersihan yang harus diikuti saat bekerja dengan makanan, baik sebelum, pada proses produksi, maupun pasca produksi.

c) Pelatihan kebersihan makanan: Selain memberikan instruksi, penting juga untuk menyelenggarakan pelatihan reguler tentang kebersihan makanan. Pelatihan ini dapat mencakup alasan mengapa kebersihan makanan sangat penting dan bagaimana cara menjaga keamanan pangan.

d) Pencegahan keracunan makanan dan kontaminasi: Pegawai harus diberikan pemahaman yang baik tentang penyebab keracunan makanan dan cara-cara pencegahannya. Ini termasuk pengendalian suhu, penggunaan bahan makanan yang segar.

e) Pelatihan *personal hygiene*: Pegawai juga perlu diberikan pelatihan tentang kebersihan pribadi *(personal hygiene).* Ini mencakup cara mencuci tangan dengan benar, menjaga kebersihan pakaian kerja, dan memastikan bahwa mereka tidak membawa penyakit atau infeksi ke tempat kerja.

9) Fasilitas Pribadi

UMKM Kota Tasikmalaya, dalam penyediaan fasilitas pribadi bagi pegawai masih kurang memadai, misal: area makan dan toilet masih belum terpisah dengan toilet keluarga pemilik usaha. Masalah ini masih menjadi fenomena yang cukup umum terjadi di UMKM. Ada beberapa faktor yang dapat menjadi penyebab kekurangan fasilitas pribadi pada pegawai usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Berikut beberapa faktor yang berperan dalam hal ini:

a) Keterbatasan sumber daya keuangan: Sesuai dengan karakteristiknya sebagai pelaku usaha skala mikro, kecil dan menengah, sumber daya keuangan kerap menjadi permasalahan pokok. Hal ini berpengaruh terhadap



kemampuan anggaran yang cukup untuk menyediakan fasilitas pribadi seperti ruang makan, ruang istirahat yang nyaman, atau fasilitas kesehatan bagi pegawai.

b) Skala usaha yang terbatas: UMKM umumnya memiliki skala usaha yang lebih kecil dibandingkan perusahaan besar. Karena itu, mereka tidak memiliki kebutuhan yang sama untuk fasilitas pribadi. Mereka menganggap bahwa fasilitas tersebut tidak wajib disediakan karena jumlah pegawai yang terlibat sedikit.
c) Kesadaran akan kesejahteraan pegawai: Beberapa UMKM kurang sadar akan pentingnya menyediakan fasilitas pribadi bagi pegawai mereka. Mereka lebih fokus pada pengurangan biaya dan peningkatan efisiensi daripada kesejahteraan dan kebutuhan pegawai.
d) Peraturan dan kebijakan yang tidak tegas: Di beberapa wilayah atau negara, peraturan terkait dengan fasilitas pribadi bagi pegawai UMKM mungkin kurang tegas atau tidak ditegakkan dengan ketat. Hal ini bisa mengurangi inisiatif bagi UMKM untuk menyediakan fasilitas tersebut.
e) Kondisi bisnis yang tidak stabil: UMKM sering kali menghadapi fluktuasi dalam kondisi bisnis mereka. Kondisi ini dapat membuat mereka enggan atau sulit untuk menginvestasikan sumber daya dalam penyediaan fasilitas pribadi.
f) Kurangnya kesadaran akan manfaat: Beberapa pemilik UMKM tidak sepenuhnya menyadari manfaat yang dapat diperoleh dengan menyediakan fasilitas pribadi bagi pegawai mereka. Ini bisa meliputi peningkatan produktivitas, kesejahteraan pegawai, dan reputasi bisnis yang lebih baik.

Untuk mengatasi kekurangan fasilitas pribadi, penting bagi UMKM untuk mempertimbangkan manfaat jangka panjang dari investasi ini. Fasilitas yang memadai dapat meningkatkan produktivitas dan kesejahteraan pegawai, yang pada gilirannya dapat berkontribusi pada kesuksesan dan pertumbuhan bisnis UMKM. Selain itu, pemahaman tentang peraturan dan kebijakan yang berlaku di wilayah mereka juga penting untuk memastikan ketaatan terhadap standar yang ditetapkan. Penting bagi pemilik usaha UMKM untuk memprioritaskan



kesejahteraan dan kebersihan pegawai, karena ini dapat berdampak positif pada produktivitas dan kepuasan pegawai. Dengan langkah-langkah yang tepat, perbaikan fasilitas pribadi bagi pegawai dapat dicapai meskipun dengan sumber daya terbatas.

10) Keamanan Pangan dalam produksi

Keamanan pangan merupakan aspek yang sangat penting dalam produksi makanan. Untuk UMKM makanan olahan di Kota Tasikmalaya, aspek ini dikategorikan masih kurang memenuhi. Kekurangan dalam keamanan pangan produksi UMKM dapat menjadi masalah serius dan memengaruhi reputasi bisnis, bahkan kesehatan konsumen. Terdapat beberapa masalah keamanan pangan yang sering terjadi di UMKM, menjadi tantangan serius bagi bisnis mereka. Masalah umum tersebut meliputi:

a) Kontaminasi bakteri: Kontaminasi bakteri adalah masalah umum di UMKM makanan. Hal ini sering terjadi karena kurangnya penanganan yang higienis, pemrosesan makanan yang tidak tepat, atau pengawasan yang kurang ketat.
b) Penyimpanan yang tidak tepat: UMKM memiliki fasilitas penyimpanan yang terbatas atau tidak memadai. Hal ini dapat menyebabkan makanan menjadi rusak atau terkontaminasi jika tidak disimpan pada suhu yang tepat atau dalam kondisi yang higienis.
c) Peralatan yang tidak bersih: Kurangnya perawatan dan pembersihan peralatan dapat menyebabkan kontaminasi silang. Bahan makanan berpotensi membahayakan apabila bersentuhan dengan makanan yang siap dikonsumsi.
d) Ketidakpatuhan terhadap label dan informasi produk: UMKM seringkali abai terhadap peraturan terkait label makanan dan informasi produk, seperti informasi alergen, tanggal kedaluwarsa, atau petunjuk penyimpanan yang tepat.
e) Kurangnya pelatihan dan pendidikan: Pegawai UMKM tidak memiliki pengetahuan yang cukup tentang praktik keamanan pangan yang baik. Pelatihan yang kurang dapat menyebabkan kesalahan yang berpotensi membahayakan.



f) Kurangnya Pengawasan: UMKM biasanya memiliki tim yang lebih kecil, yang mungkin sulit untuk mengawasi setiap aspek produksi. Hal ini dapat mengarah pada kurangnya pengawasan terhadap keamanan pangan.
g) Keterbatasan sumber daya: Keterbatasan sumber daya, termasuk keuangan dan personil, dapat menghambat kemampuan UMKM untuk mematuhi standar keamanan pangan yang ketat.
h) Kontaminasi bahan baku: Penggunaan bahan baku yang terkontaminasi dapat menjadi masalah serius. UMKM mungkin memiliki keterbatasan dalam memeriksa kualitas bahan baku yang mereka beli.
i) Penerapan *Good Hygiene Practices (GHyP)* yang tidak memadai: Jika UMKM menggunakan pendekatan GHyP penerapannya mungkin tidak memadai atau tidak berjalan dengan baik.
j) Ketidakpatuhan terhadap regulasi: Beberapa UMKM tidak sepenuhnya memahami atau mematuhi peraturan dan regulasi keamanan pangan yang berlaku.

Untuk mengatasi masalah ini, penting bagi UMKM di Kota Tasikmalaya untuk memprioritaskan: (1) keamanan pangan dengan melakukan penanganan yang tepat terhadap bahan mentah dan produk jadi yang dapat menghindari kontaminasi silang dan pertumbuhan mikroba berbahaya; (2) Pemeriksaan produk makanan untuk memastikan keamanannya sebelum dijual ke konsumen; (3) Pengawasan dan pengendalian proses produksi untuk menghindari kontaminasi dan penyimpangan; (4) Pemeriksaan produk jadi untuk memastikan keamanan dan kualitas sebelum didistribusikan; (5) Kerja sama dengan otoritas regulasi dan mengikuti panduan keamanan pangan dalam menjaga kualitas dan keamanan produk UMKM.

Indikator-indikator diatas merupakan bagian integral dari praktik GHyP yang dirancang untuk memastikan kebersihan dan keamanan dalam produksi makanan. Setiap indikator memiliki peran penting dalam menjaga produk makanan yang aman dan berkualitas. Standardisasi GHyP dan indikator penilaiannya membantu memastikan bahwa produsen makanan menjaga



tingkat kebersihan dan keamanan yang diperlukan dalam seluruh rantai produksi makanan.

Tabel 4.11
Analisis Indikator Keamanan Pangan bagi UMKM Olahan Pangan

PIRT (Pangan Industri Rumah Tangga)	**Sertifikasi Halal**	**Good Hygiene Practice (GhyP)**
Indikator Penilaian	Indikator Penilaian	Indikator Penilaian
• Keamanan Pangan • Pemilihan Bahan Baku dan Bahan Tambahan Pangan • Peralatan dan perlengkapan produksi • Prosedur Produksi • Lingkungan sekitar tempat produksi fisik bagunan dan ventilasi udara • cara mengatasi kontaminasi pada pangan saat proses produksi berlangsung • Label kemasan • Pemeriksaaan sarana Lingkungan, seperti kebersihan lokasi dan dapur produksi • Air • Kebersihan dan kesehatan pekerja	1. Material. • Komposisi atau bahan yang dipakai produk, bahan baku dan bahan tambahan penolong • Diproduksi pada fasilitas yang bebas dengan hewan haram • Lulus pengujian *food contact standard.* 2. Produk. • Setelah bahan, produk luar atau kemasan juga harus memenuhi syarat seperti tidak terkontaminasi dengan najis, memiliki kode produksi, terdaftar dalam MUI, sampai desain maupun bentuknya tidak mengarah kepada hewan haram. 3. Proses Pengolahan Produk • Pembelian • Penerimaan • Pengolahan • Pengemasan 4. Penyimpanan dan Pengiriman. • Tempat penyimpanan bahan yang digunakan • Tempat penyimpanan produk jadi • Distribusi, pengiriman juga harus dipastikan kehalalannya baik dari lokasi penyimpanan sampai cara pengirimannya.	1. Tempat 2. Peralatan 3. Sumber air dan energi 4. Kebersihan lingkungan 5. Pengendalian hama 6. Kebersihan personil/ higienitas pribadi 7. Pengelolaan limbah 8. Pelatihan 9. Fasilitas pribadi 10. Keamanan pangan dalam produksi



Dari tabel yang disajikan, terdapat tiga tingkatan legalitas yang dapat diakses dan dipenuhi oleh pelaku UMKM di Kota Tasikmalaya dengan mempertimbangkan beberapa persyaratan yang harus dipatuhi. Pada dasarnya, ketiga jenis legalitas ini memiliki fokus yang sama, yaitu pada keamanan dan kelayakan pangan. Namun, dimulai dari tingkat dasar yang dapat dipenuhi oleh UMKM, yaitu PIRT, kemudian dilanjutkan dengan sertifikasi halal, selanjutnya dapat mencapai legalitas *Good Hygiene Practice* (GHyP). Berikut beberapa persamaan dan perbedaannya:

Persamaan

1) Tujuan keamanan pangan: Ketiganya memiliki tujuan utama untuk memastikan keamanan dan kelayakan pangan. PIRT bertujuan untuk mengontrol dan memastikan keamanan makanan yang diproduksi di rumah tangga. Sertifikasi halal berkaitan dengan persyaratan tertentu dalam produksi makanan untuk memenuhi standar halal. GHyP memastikan praktik kebersihan yang baik dalam produksi makanan untuk mencegah kontaminasi dan penyakit.
2) Regulasi dan pemantauan: PIRT biasanya diatur oleh badan pemerintah setempat yang memeriksa dan memberikan izin. Meskipun perizainan PIRT dapat dilakukan secara daring melalui *Online Single Submission* (OSS) atau fasilitasi teknis unggahan syarat administratif oleh Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP), pada jenis makanan tertentu dibutuhkan verifikasi lapangan yang melibatkan Dinas Kesehatan. Legalitas halal berkaitan dengan persyaratan halal yang diberlakukan oleh badan sertifikasi halal (BPJPH). GHyP tunduk pada regulasi kebersihan pangan yang ditetapkan oleh badan pemerintah atau organisasi terkait.
3) Sertifikasi dan izin: PIRT dan legalitas halal memerlukan sertifikasi atau izin khusus untuk produk pangan. PIRT biasanya memerlukan izin produksi makanan rumah tangga. Legalitas halal memerlukan sertifikasi halal dari badan sertifikasi yang diakui. GHyP memerlukan persetujuan atau sertifikasi yang menunjukkan pematuhan terhadap praktik kebersihan yang baik.
4) Kepercayaan konsumen: Kepatuhan terhadap ketiga aspek ini dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk pangan. Konsumen



yang membutuhkan produk halal akan mencari label halal, sementara PIRT dan GHyP membantu memastikan kebersihan dan kualitas produk.

Perbedaan

1) Fokus yang berbeda: Meskipun semua tiga aspek ini berhubungan dengan keamanan pangan, fokusnya berbeda. PIRT lebih berkaitan dengan kontrol produksi makanan di rumah tangga. Legalitas halal berkaitan dengan persyaratan dan praktik dalam produksi makanan yang memenuhi aturan halal secara syariah. GHyP berfokus pada kebersihan umum dan praktik pengolahan makanan yang baik.
2) Aspek religiusitas: Legalitas halal memiliki dimensi keagamaan karena terkait dengan persyaratan dan aturan tertentu yang harus dipatuhi oleh umat Islam. Sementara PIRT dan GHyP adalah tentang standar keamanan pangan yang lebih umum yang berlaku bagi semua jenis makanan dan produsen.
3) Aplikasi yang berbeda: PIRT biasanya lebih relevan untuk produsen makanan rumah tangga atau kecil. Legalitas halal berfokus pada produsen yang memproduksi makanan yang memenuhi standar halal. GHyP berlaku untuk berbagai jenis produsen makanan, termasuk perusahaan besar.
4) Sumber peraturan yang berbeda: PIRT dan GHyP diatur oleh badan pemerintah yang berbeda dan berdasarkan regulasi pangan nasional atau internasional. Legalitas PIRT dikeluarkan oleh Dinas Kesehatan. Sedangkan legalitas halal diatur oleh:
    a) Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, dan Kosmetika (LPPOM) MUI sebagai peneliti kehalalan produk dari aspek ilmu pengetahuan;
    b) Badan Pengawas Obat dan Makanan sebagai pemberi izin label halal;
    c) Kementerian Agama sebagai pihak yang membuat kebijakan, melakukan sosialisasi, dan edukasi ke masyarakat; dan
    d) Lembaga Penjamin Halal (LPH) yang dibentuk oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) menerbitkan sertifikat halal. Di tingkat daerah, LPH dibantu secara teknis oleh Lembaga Pendamping Proses Produk Halal (LP3H).



Adapun untuk legal *Good Hygiene Practice* (GHyP) adalah standar dan praktik kebersihan yang baik dalam produksi dan pengolahan makanan. Sertifikasi atau penilaian GHyP biasanya diterbitkan oleh berbagai badan dan otoritas yang berwenang dalam sektor makanan di berbagai negara yang mencakup:

a) Lembaga Pemerintah: Banyak negara memiliki lembaga pemerintah yang bertanggung jawab untuk mengatur dan menerbitkan pedoman GHyP. Contohnya adalah Departemen Pertanian, Departemen Kesehatan, atau Badan Pengawas Pangan dan Obat-obatan.
b) Badan Sertifikasi Independen: Badan sertifikasi independen yang diberi tugas untuk mengeluarkan sertifikasi GHyP setelah melakukan audit dan penilaian terhadap produsen makanan. Contoh badan sertifikasi independen termasuk ISO (Organisasi Internasional untuk Standardisasi) dan BSI *(British Standards Institution).*
c) Organisasi Internasional: Beberapa organisasi internasional mengembangkan pedoman dan standar GHP/GHyP yang diterima secara luas. Contoh yang paling terkenal adalah Codex Alimentarius Commission, yang merupakan organisasi internasional yang didukung oleh WHO (Organisasi Kesehatan Dunia) dan FAO (Organisasi Pangan dan Pertanian Perserikatan Bangsa-Bangsa).
d) Industri atau Asosiasi Dagang: Beberapa industri atau asosiasi dagang makanan yang memiliki panduan GHyP khusus yang mereka gunakan untuk anggotanya. Ini dapat mencakup sektor seperti perikanan, peternakan, atau makanan olahan.

Entitas yang menerbitkan legal *Good Hygiene Practice* (GHyP) dapat bervariasi tergantung pada wilayah geografis, jenis makanan, dan regulasi lokal. Produsen makanan harus memastikan bahwa mereka memahami dan mematuhi pedoman GHyP yang relevan sesuai dengan lingkungan operasi mereka. Oleh karena itu perlu kerjasama dan dukungan dari pemerintah sebagai pemangku kebijakan dan UMKM selaku pelaku usaha dan penggerak ekonomi daerah.



Ketiga legalitas ini memiliki peran penting dalam memastikan keamanan pangan, tetapi mereka memiliki fokus dan tujuan yang berbeda sesuai dengan karakteristik masing-masing. Penting untuk memahami persyaratan dan regulasi yang berlaku di wilayah tertentu terkait dengan PIRT, legalitas halal, dan GHyP apabila terlibat dalam produksi atau penjualan makanan. Hal ini akan membantu memastikan bahwa produk yang dihasilkan oleh para pelaku usaha UMKM makanan olahan Kota Tasikmalaya memenuhi standar keamanan dan kualitas yang sesuai dengan persyaratan hukum dan kebutuhan pasar.

4.3 Program Prioritas

Setelah terumuskan kerangka strategi berbasis observasi lapangan, diperlukan triangulasi sumber, yaitu menguji kredibiltas suatu data yang dilakukan dengan cara melakukan pengecekan pada data yang telah diperoleh dari berbagai sumber data. Dalam hal ini, data yang dijadikan sumber acuan adalah Peraturan Daerah Kota Tasikmalaya Nomor 1 Tahun 2022 tentang Rencana Pembangunan Industri Kota Tasikmalaya Tahun 2021-2041 yang salah satunya memuat tentang strategi dan program pembangunan industri Kota Tasikmalaya, termasuk industri makanan olahan di dalamnya.

Dilakukan analisis komparatif antara strategi hasil analisis observasi lapangan dengan rumusan sasaran dan program dalam Peraturan Daerah Kota Tasikmalaya Nomor 1 Tahun 2022. Triangulasi terhadap Perda tersebut dilakukan dengan tujuan: (1) menghasilkan program yang berkesinambungan; (2) menghindari tumpang tindih program; dan (3) penambahan program yang tidak terakomodasi (terlampir).



Hasil analisis komparatif menunjukkan bahwa sebagian rumusan program memiliki kesamaan substansial. Kerangka program hasil analisis observasi lapangan bersifat strategis (umum), sedangkan kerangka program Perda bersifat teknis (khusus) yang diturunkan kedalam beberapa indikasi kegiatan. Selanjutnya program dan inidkasi kegiatan tersebut dilakukan penyetaraan berdasarkan program prioritas hasil perumusan dengan matriks QSPM. Terdapat 4 (empat) program yang belum terakomodasi yang akan dimasukkan menjadi program tambahan atau penguatan.

Rumusan program baru mengacu kepada program yang dapat meningkatkan daya saing, sesuai dengan tema kajian, artinya program prioritas yang dapat menjadi akselerator daya saing bagi produk makanan olahan dalam jangka pendek. Sedangkan program pengembangan industri lainnya dieleminasi dan/atau dijadikan program terpisah dari rekomendasi kajian ini. Adapun rumusan rekomendasi program dan indikasi kegiatan dalam rangka peningkatan daya saing bagi produk makanan olahan UMKM di Kota Tasikmalaya adalah sebagai berikut:

1. Promosi
    a. Pameran/Festival industri makanan dan minuman periodik
    b. Bimtek/pelatihan pemasaran
    c. *On line marketing*/ market place
    d. Membangun lembaga pemasaran secara bersama
    e. Fasilitasi temu bisnis
2. Jejaring dan kemitraan pengusaha IKM industri makanan dan minuman
    a. Fasilitasi MOU kemitraan IKM industri makanan dan minuman dengan kegiatan pengusaha wisata, jasa perhotelan, biro perjalanan, distributor dan pasar modern
    b. Fasilitasi temu bisnis
3. Standardisasi produk makanan olahan
    a. Fasilitasi uji nutrisi dan masa kadaluarsa
    b. Sosialisasi, pelatihan dan bimbingan teknis BTP
    c. Fasilitasi dan pelatihan standardisasi kemasan
    d. Fasilitasi merek dagang



4. Inovasi dan diversifikasi produk
   a. Pelatihan/Bimbingan teknis pengembangan inovasi produk
   b. Pelatihan diversifikasi produk
5. Pemenuhan legalitas usaha dan legalitas produk
   a. Sosialisasi dan fasilitasi NIB dan PIRT
   b. Sosialisasi dan fasilitasi sistem jaminan halal dan sertifikasi halal
   c. Sosialisasi, pelatihan, dan bimtek *Good Hygiene Practices (GHP)*
6. Intermediasi lembaga keuangan
   a. Fasilitasi pembiayaan dengan lembaga keuangan (perbankan, koperasi, dll)
   b. Pelatihan manajemen keuangan oleh praktisi lembaga keuangan

4.3.1 Produk Payung Geulis

Peta kondisi internal dan eksternal industri payung geulis diperlukan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman pada UMKM payung geulis di Kota Tasikmalaya. Berdasarkan data yang telah diuraikan di atas, terdapat 13 (dua belas) pengrajin payung geulis dengan kategori produksi gagang, produksi rangka dan bola-bola, serta perakitan/produk akhir. Meskipun terdapat perbedaan dalam produk akhir pada tiap pengrajin, para pelaku UMKM payung geulis bekerja secara simbiosis mutualisme dalam membentuk ekosistem industri payung geulis. Pengrajin yang merakit produk akhir mendapatkan *supply* bahan baku pembentuk payung geulis dari produsen gagang serta produsen rangka dan bola-bola. Artinya, UMKM payung geulis Kota Tasikmalaya secara alamiah membentuk sendiri ekosistem bisnisnya. Mereka berperan sebagai produsen, pemasok bahan baku, sekaligus konsumen.

Dengan jumlah pengrajin yang relatif sedikit, survey dilakukan menggunakan metode sensus, yaitu seluruh pengrajin (13 UMKM) dijadikan responden dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil kajian lapangan, diperoleh hasil analisis terhadap faktor internal (IFA) berupa kekuatan dan kelemahan, dan faktor eksternal (EFA) berupa peluang dan ancaman dalam aktivitas bisnis kerajinan payung geulis di Kota Tasikmalaya.



Untuk mengukur sejauhmana kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh IKM makanan olahan ini digunakan model matriks *Internal Factor Analysis Summary* (IFAS), seperti tertera pada tabel 4.12

Tabel 4.12
Matrik IFAS UMKM Payung Geulis

Faktor-Faktor Strategis	Bobot	Relatif	Rating	Skor (Bobot x Rating)
Kekuatan				
Ketersediaan bahan baku	4,3	0,14	3,5	0,49
Eksklusivitas produk	4	0,13	4	0,52
Kualitas tenaga kerja	3	0,10	3	0,29
Harga produk terjangkau	3	0,10	3	0,29
Sumber modal sendiri	4,2	0,14	4	0,55
Total	**18,5**	**0,60**		**2,14**
Kelemahan				
Akses terhadap sumber modal	2,5	0,08	2	0,16
Ketersediaan alat/teknologi	3	0,10	2	0,20
Legalitas produk	2,7	0,09	2,3	0,20
Keterbatasan promosi	2	0,07	2,6	0,17
Upah tidak terstandardisasi	2	0,07	1,5	0,10
Total	**12,2**	**0,40**		**0,83**
Total Faktor Internal	**30,7**	**1,00**		**2,97**

Dari hasil perhitungan IFAS menunjukkan bahwa faktor internal yang memiliki kekuatan utama dengan skor 0,55 yaitu sumber modal sendiri. Diikuti oleh eksklusivitas produk dengan skor 0,52, ketersediaan bahan baku denganr skor 0,49, harga produk terjangkau dan kualiats tenaga kerja dengan skor 0,29. Sedangkan faktor internal yang memiliki kelemahan utama dengan skor nilai 0,10 yaitu upah tidak terstandardisasi. Selanjunya diikuti oleh akses terhadap sumber modal dengan skor 0,0,16, keterbatasan promosi dengan skor 0,17, ketersediaan alat/teknologi dan legalitas produk dengan skor 0,20.

Apabila faktor strategis pada kekuatan dioptimalkan dapat mengatasi berbagai kelemahan yang ada. Hal tersebut dibuktikan dengan nilai total skor pada matrik IFAS yaitu 2,14 > 0,83, artinya kondisi internal memiliki kekuatan yang dapat mengatasi situasi tidak menguntungkan.

Pada faktor eksternal teridentifikasi variabel-variabel yang berpengaruh positif yaitu sebagai peluang, dan variabel-variabel yang berpengaruh negatif yaitu



sebagai ancaman. Untuk penilaian faktor eksternal tersebut digunakan model matriks *External Factors Analysis Summary* (EFAS), yang tersaji pada tabel 4.13

Tabel 4.13
Matrik EFAS UMKM Payung Geulis

Faktor-Faktor Strategis	Bobot	Relatif	Rating	Skor (Bobot x Rating)
Peluang				
Pangsa pasar masih terbuka luas	4,6	0,16	4	0,66
Dukungan regulasi	3	0,11	3	0,32
Intermediasi lembaga keuangan	3,5	0,13	3	0,38
Event seremonial	4,3	0,15	3	0,46
Program pembinaan	4	0,14	4	0,57
Total	**19,4**	**0,70**		**2,39**
Ancaman				
Persaingan harga	2	0,07	1,5	0,11
Menurunnya kesadaran budaya masyarakat	2	0,07	2	0,14
Ketersediaan pasar tenaga kerja/regenerasi	3	0,11	1	0,11
Fluktuasi bisnis /stabilitas pesanan	1,5	0,05	3	0,16
Total	**8,5**	**0,30**		**0,52**
Total Faktor Eksternal	**27,9**	**1,00**		**2,91**

Hasil analisis tabel EFAS menunjukkan bahwa terdapat beberapa faktor yang menjadi faktor eksternal utama sebagai peluang dengan perolehan skor 0,66 yaitu pangsa pasar yang semakin terbuka luas. Diikuti program pembinaan dengan skor 0,57, event seremonial dengan skor 0,46, dan intermediasi lembaga keuangan dengan skor 0,38, dan dukungan regulasi dengan skor 0,32. Selanjutnya dihasilkan faktor eksternal utama sebagai ancaman dengan perolehan skor sebesar 0,11 yaitu persaingan harga dan ketersediaan pasar tenaga kerja/regenerasi. Diikuti menurunnya kesadaran budaya masyarakat dengan skor 0,14, dan fluktuasi bisnis/stabilitas pesanan dengan skor 0,16.

Jika semua variabel atau faktor peluang yang ada dimanfaatkan dengan optimal maka akan dapat mengatasi berbagai potensi ancaman. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan nilai total EFAS sebesar 2,39 > 0,52 yang berarti sistem mampu merespon situasi eksternal yang ada.



Dari hasil pembobotan IFAS dan EFAS pada tabel diatas diperoleh total kekuatan *(strength),* peluang *(Opportunity),* kelamahan *(weakness),* dan ancaman *(threat)* sebagai berikut:

Tabel 4.14
Analisis Strategis

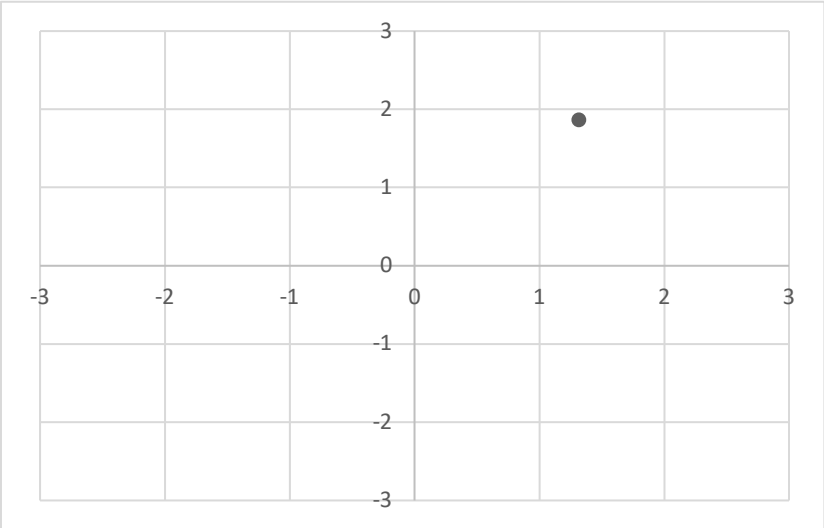
Faktor Strategis	Skor
Kekuatan	2,14
Peluang	2,39
Kelemahan	0,83
Ancaman	0,52
Kekuatan + Peluang = 4,54	
Kelemahan + Ancaman = 1,35	
dapat diketahui: **Kekuatan + Peluang > Kelemahan + Ancaman**	

Berdasarkan tabel 4.14 maka faktor strategis kekuatan dan peluang mendukung tercapainya jalan ke luar dari pokok permasalahan yang ada untuk mendapatkan rekomendasi yang diharapkan. Selanjutnya dilakukan perhitungan selisih skor bobot kekuatan (S), kelemahan (W), peluang (O), dan ancaman (T), yaitu:

SW = 2,14 - 0,83 = 1,32

OT = 2,39 - 0,52 = 1,87

Mengacu pada hasil perhitungan di atas, dilakukan formulasi strategi dengan *matriks space* sebagai berikut:



Gambar 4.3
Matriks Space UMKM Payung Geulis



Pada gambar 4.3, penentuan formulasi strategi dengan menggunakan *matriks space* terlihat bahwa nilai SW memiliki nilai selisih positif yakni sebesar 1,32 sedangkan OT Positif sebesar 1,87 sehingga UMKM makanan olahan berada dalam posisi kuadran 1 yakni mendukung strategi agresif. Menurut Rangkuti (2013) menyatakan bahwa kuadran 1 merupakan situasi yang sangat menguntungkan karena UMKM makanan olahan memiliki peluang dan kekuatan internal, sehingga dengan kekuatan yang ada UMKM olahan dapat dapat memanfaatkan peluang secara optimal dan dapat menjadi keuntungan strategis.

Mengacu pada hasil identifikasi lingkungan eksternal dan internal, maka dapat diperoleh daftar analisis kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*) atau analisis SWOT. Analisis SWOT tersebut di masukkan kedalam tabel Matriks SWOT agar dapat membuat alternatif-alternatif strategi untuk IKM makanan olahan. Berdasarkan analisis yang telah, dapat diketahui formulasi SWOT Matriks IKM makanan olahan pada Tabel 4.15 di bawah ini:

Tabel 4.15
Matriks Analisis SWOT UMKM Payung Geulis

IFAS / EFAS	**Kekuatan (S)** 1. Ketersediaan bahan baku 2. Eksklusivitas produk 3. Kualitas tenaga kerja 4. Harga produk terjangkau 5. Sumber modal sendiri	**Kelemahan (W)** 1. Akses terhadap sumber modal 2. Ketersediaan alat/teknologi 3. Legalitas produk 4. Keterbatasan promosi 5. Upah tidak terstandardisasi
Peluang (O) 1. Pangsa pasar masih terbuka luas 2. Dukungan regulasi 3. Intermediasi perbankan 4. Event seremonial formal 5. Program pembinaan	**SO** 1. Pemberlakuan kembali edaran Walikota terkait penggunaan payung geulis sebagai ornamen gedung 2. Pelatihan teknis estetika payung geulis	**WO** 1. Program promosi melalui event seremonial formal 2. Teknologi tepat guna untuk pemenuhan bahan baku bola-bola/bonggol 3. Fasilitasi pembiayaan perbankan (KUR)
Ancaman (T) 1. Persaingan harga 2. Menurunnya kesadaran budaya masyarakat 3. Ketersediaan pasar tenaga kerja/regenerasi 4. Fluktuasi bisnis /stabilitas pesanan	**ST** 1. Penciptaan wirausaha baru payung geulis 2. Penyediaan lahan untuk bahan baku bola-bola/bonggol	**WT** 1. Bantuan alat produksi 2. Edukasi melalui materi ajar muatan lokal budaya pada jenjang pendidikan dasar dan menengah



Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)

Tahap terakhir dalam perumusan strategi adalah tahap keputusan. QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*) adalah alat yang memungkinkan penyusunan strategi untuk mengevaluasi alternatif strategi secara objektif, berdasarkan faktor-faktor keberhasilan penting internal dan eksternal yang diidentifikasi sebelumnya. Secara konseptual, QSPM digunakan untuk menentukan daya tarik relatif dari berbagai strategi yang dibangun berdasarkan faktor-faktor keberhasilan penting eksternal dan internal UMKM payung geulis. Penyusunan Matriks QSPM dibuat berdasarkan alternatif-alternatif strategi yang muncul dalam analis SWOT (terlampir).

Berdasarkan hasil QSPM, didapatkan ringkasan grand total TAS yang menghasilkan strategi prioritas untuk beberapa tahun ke depan. Untuk mempermudah pemahaman berikut adalah ringkasan hasil QSPM.

Tabel 4.16
Strategi Prioritas UMKM Payung Geulis Berdasarkan Matriks QSPM

No	Strategi	Grand Total TAS
1	Penciptaan wirausaha baru payung geulis	6,04
2	Program promosi melalui event seremonial formal	5,35
3	Bantuan alat produksi	5,32
4	Pemberlakuan kembali edaran Walikota terkait penggunaan payung geulis sebagai ornamen gedung	4,67
5	Teknologi tepat guna untuk pemenuhan bahan baku bola-bola/bonggol	4,58
6	Fasilitasi pembiayaan perbankan (KUR)	4,56
7	Pelatihan teknis estetika payung geulis	4,52
8	Edukasi melalui materi ajar muatan lokal budaya pada jenjang pendidikan dasar dan menengah	3,67
9	Penyediaan lahan untuk bahan baku bola-bola/bonggol	3,62

Sumber: Diolah Peneliti (2023)



Metode triangulasi sumber seperti pada produk makanan olahan diberlakukan pada analisis program prioritas produk payung geulis. Didapatkan rumusan program prioritas unggulan sebagai berikut:

1. Pengembangan dan pengamanan bahan baku
   a. Penyediaan lahan untuk bahan baku bola-bola/bonggol
   b. Pelatihan teknologi tepat guna untuk pemenuhan bahan baku bola-bola/bonggol (biokomposit)
2. Perluasan pangsa pasar
   a. Integrasi dengan kegiatan seremonial (pameran, festival, ospek, dll)
   b. Bimbingan teknis pemasaran (daring/luring)
3. Sosialisasi
   a. Edukasi melalui materi ajar muatan lokal budaya pada jenjang pendidikan dasar dan menengah
   b. Pemberlakuan kembali edaran Walikota terkait penggunaan payung geulis sebagai ornamen gedung
4. Penciptaan Wirausaha Baru
   a. Pelatihan pembuatan payung geulis
   b. Pelatihan/bimbingan teknis estetika payung geulis
5. Revitalisasi Mesin Produksi
   a. Fasilitasi dan bantuan langsung mesin produksi
   b. Fasilitasi akses pembiayaan untuk revitalisasi mesin



BAB V
KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Peningkatan daya saing produk unggulan payung geulis dan makanan olahan merupakan sebuah keniscayaan. Argumen rasional ini didasarkan pada amanat yang tertuang dalam Peraturan Daerah Kota Tasikmalaya Nomor 1 Tahun 2022 tentang Rencana Pembangunan Industri Kota Tasikmalaya Tahun 2021-2041. Regulasi tersebut memaparkan, terdapat 9 (sembilan) komoditi unggulan di Kota Tasikmalaya, yaitu: (1) industri pakaian jadi sulaman/bordir; (2) industri batik; (3) industri pakaian jadi (konveksi) dari tekstil; (4) industri alas kaki sendal dan sepatu; (5) industri alas kaki kelom geulis; (6) industri kayu dan furnitur dari kayu; (7) industri barang anyaman dari tanaman bukan rotan dan bambu, yaitu mendong industri barang anyaman dari bambu; (8) industri pengolahan lainnya, yaitu payung geulis; dan (9) industri makanan dan minuman

Urgensi pengembangan usaha produk makanan dan minuman didasarkan kepada (1) urutan tiga komoditi teratas produk unggulan; (2) aspek tujuan atau fungsi dari produk unggulan, yaitu menjadi lokomotif pergerakan ekonomi Kota Tasikmalaya yang berasal dari terbukanya lapangan usaha produktif yang berkelanjutan; dan (3) melibatkan berbagai entitas bisnis, yaitu pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) sebagai gerakan ekonomi kerakyatan, petani sebagai penyedia bahan baku, pemasaran produk melibatkan para pengusaha, dan penggunaan produk melibatkan masyarakat serta wisatawan yang berkunjung ke Kota Tasikmalaya.

Begitu pula dengan kebutuhan mendesak pengembangan produk unggulan payung geulis. Selain sebagai ikon daerah yang disimbolisasi pada logo Kota Tasikmalaya, eksistensi payung geulis perlu dipertahankan karena merupakan warisan budaya (*heritage*) yang melekat dalam sejarah panjang Kota Tasikmalaya.



Berdasarkan hasil kajian, UMKM makanan olahan dan payung geulis memiliki peluang pengembangan yang baik. Dengan menggunakan teknik analisis SWOT, *matriks space* menunjukkan kedua produk unggulan tersebut berada pada kuadran 1 (satu), yaitu merupakan situasi yang sangat menguntungkan karena UMKM makanan olahan dan payung geulis memiliki peluang dan kekuatan internal, sehingga dengan kekuatan yang ada UMKM olahan dapat dapat memanfaatkan peluang secara optimal dan dapat menjadi keuntungan strategis.

Namun pada analisis teknis, terdapat kesenjangan yang cukup tinggi antara idealitas dan realitas praktik produksi pangan yang baik, mengacu kepada indikator *Good Hygiene Practice (GHyP),* terutama untuk produk makanan olahan. Perlu adanya upaya promotif, preventif, kuratif, dan rehabilitatif atas praktik produksi yang dilakukan pelaku UMKM. Penerapan produksi pangan yang baik bertujuan agar UMKM menghasilkan produk yang berkualitas sesuai tuntutan konsumen, yang berarti produk tersebut terjamin mutunya dan aman untuk dikonsumsi.

5.2 Saran/Rekomendasi

Rumusan saran/rekomendasi strategi peningkatan daya saing produk unggulan payung geulis dan makanan olahan disusun menggunakan metode triangulasi sumber dengan pendekatan analisis komparatif antara hasil telaah lapangan dengan Peraturan Daerah Kota Tasikmalaya Nomor 1 Tahun 2022 tentang Rencana Pembangunan Industri Kota Tasikmalaya Tahun 2021-2041.

Analisis komparatif dilakukan dengan maksud agar hasil kajian konkordan dengan regulasi vertikal yang bertujuan (1) menghasilkan program yang berkesinambungan; (2) menghindari tumpang tindih program; dan (3) penambahan program yang tidak terakomodasi.

Adapun rekomendasi strategi strategi peningkatan daya saing produk unggulan payung geulis dan makanan olahan diuraikan dalam bentuk program prioritas sebagai berikut:



5.2.1 Program Prioritas Produk Unggulan Makanan Olahan

1. Promosi
   a. Pameran/Festival industri makanan dan minuman periodik
   b. Bimtek/pelatihan pemasaran
   c. *On line marketing/market place*
   d. Membangun lembaga pemasaran secara bersama
   e. Fasilitasi temu bisnis
2. Jejaring dan kemitraan pengusaha IKM industri makanan dan minuman
   a. Fasilitasi MOU kemitraan IKM industri makanan dan minuman dengan kegiatan pengusaha wisata, jasa perhotelan, biro perjalanan, distributor dan pasar modern
   b. Fasilitasi temu bisnis
3. Standardisasi produk makanan olahan
   a. Fasilitasi uji nutrisi dan masa kadaluarsa
   b. Sosialisasi, pelatihan dan bimbingan teknis BTP
   c. Fasilitasi dan pelatihan standardisasi kemasan
   d. Fasilitasi merek dagang
4. Inovasi dan diversifikasi produk
   a. Pelatihan/Bimbingan teknis pengembangan inovasi produk
   b. Pelatihan diversifikasi produk
5. Pemenuhan legalitas usaha dan legalitas produk
   a. Sosialisasi dan fasilitasi NIB dan PIRT
   b. Sosialisasi dan fasilitasi sistem jaminan halal dan sertifikasi halal
   c. Sosialisasi, pelatihan, dan bimtek *Good Hygiene Practices (GHP)*
6. Intermediasi lembaga keuangan
   a. Fasilitasi pembiayaan dengan lembaga keuangan (perbankan, koperasi, dll)
   b. Pelatihan manajemen keuangan oleh praktisi lembaga keuangan



5.2.2 Program Prioritas Produk Unggulan Payung Geulis

1. Pengembangan dan pengamanan bahan baku
   a. Penyediaan lahan untuk bahan baku bola-bola/bonggol
   b. Pelatihan teknologi tepat guna untuk pemenuhan bahan baku bola-bola/bonggol (biokomposit)
2. Perluasan pangsa pasar
   a. Integrasi dengan kegiatan seremonial (pameran, festival, ospek, dll)
   b. Bimbingan teknis pemasaran (daring/luring)
3. Sosialisasi
   a. Edukasi melalui materi ajar muatan lokal budaya pada jenjang pendidikan dasar dan menengah
   b. Pemberlakuan kembali edaran Walikota terkait penggunaan payung geulis sebagai ornamen gedung
4. Penciptaan Wirausaha Baru
   a. Pelatihan pembuatan payung geulis
   b. Pelatihan/bimbingan teknis estetika payung geulis
5. Revitalisasi Mesin Produksi
   a. Fasilitasi dan bantuan langsung mesin produksi
   b. Fasilitasi akses pembiayaan untuk revitalisasi mesin produksi

Lampiran 1

Matriks QSPM UMKM Makanan Olahan

No	Strategi Alternatif	Weight	1		2		3		4		5		6		7		8		9		10		11	
	Key Factor		AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS
1	Kualitas bahan baku	0,14	2	0,28	1	0,14	4	0,56	3	0,42	3	0,42	3	0,42	3	0,42	4	0,56	3	0,42	1	0,14	3	0,42
2	Persediaan bahan baku	0,11	4	0,44	1	0,11	3	0,33	4	0,44	1	0,11	2	0,22	2	0,22	3	0,33	4	0,44	1	0,11	1	0,11
3	Kualitas tenaga kerja	0,11	1	0,11	4	0,44	3	0,33	2	0,22	3	0,33	3	0,33	4	0,44	2	0,22	1	0,11	4	0,44	2	0,22
4	Ketersediaan tenaga kerja	0,10	2	0,20	3	0,30	3	0,30	1	0,10	2	0,20	3	0,30	3	0,30	2	0,20	1	0,10	3	0,30	1	0,10
5	Sumber modal sendiri	0,13	4	0,52	3	0,39	4	0,52	4	0,52	2	0,26	2	0,26	3	0,39	4	0,52	3	0,39	3	0,39	2	0,26
6	Akses terhadap sumber modal	0,08	4	0,32	3	0,24	4	0,32	4	0,32	3	0,24	2	0,16	3	0,24	3	0,24	2	0,16	3	0,24	2	0,16
7	Ketersediaan alat/teknologi	0,08	1	0,08	3	0,24	3	0,24	4	0,32	1	0,08	2	0,16	3	0,24	1	0,08	2	0,16	4	0,32	1	0,08
8	Legalitas produk dan legalitas usaha	0,09	1	0,09	3	0,27	4	0,36	2	0,18	4	0,36	2	0,18	1	0,09	3	0,27	1	0,09	3	0,27	4	0,36
9	Pengelolaan keuangan belum terstruktur	0,06	3	0,18	2	0,12	2	0,12	1	0,06	1	0,06	1	0,06	2	0,12	2	0,12	4	0,24	1	0,06	1	0,06
10	Pengemasan yang tidak terstandar	0,09	1	0,09	3	0,27	3	0,27	2	0,18	4	0,36	3	0,27	3	0,27	2	0,18	1	0,09	4	0,36	3	0,27
Total		**1**		**2,31**		**2,52**		**3,35**		**2,76**		**2,42**		**2,36**		**2,73**		**2,72**		**2,20**		**2,63**		**2,04**
1	Pangsa pasar makanan yang terbuka luas	0,13	4	0,52	3	0,39	4	0,52	4	0,52	3	0,39	4	0,52	4	0,52	4	0,52	3	0,39	4	0,52	4	0,52
2	Iklim usaha yang kondusif	0,10	2	0,20	2	0,20	3	0,30	1	0,10	3	0,30	3	0,30	3	0,30	3	0,30	2	0,20	3	0,30	3	0,30
3	Program bantuan modal dari pemerintah (dukungan regulasi)	0,12	4	0,48	2	0,24	4	0,48	4	0,48	3	0,36	2	0,24	3	0,36	3	0,36	2	0,24	3	0,36	2	0,24
4	Ketersediaan bahan baku	0,13	4	0,52	2	0,26	3	0,39	3	0,39	1	0,13	1	0,13	1	0,13	3	0,39	3	0,39	1	0,13	1	0,13
5	Perizinan lebih mudah	0,12	1	0,12	1	0,12	3	0,36	3	0,36	4	0,48	1	0,12	1	0,12	1	0,12	1	0,12	2	0,24	4	0,48
6	Diversifikasi produk makanan yang lebih menarik	0,07	2	0,14	3	0,21	4	0,28	3	0,21	3	0,21	4	0,28	4	0,28	3	0,21	1	0,07	4	0,28	3	0,21
7	Perubahan minat konsumen	0,09	1	0,09	4	0,36	3	0,27	1	0,09	3	0,27	4	0,36	3	0,27	3	0,27	1	0,09	3	0,27	3	0,27
8	Persaingan usaha sejenis/kompetitor	0,08	2	0,16	3	0,24	3	0,24	2	0,16	3	0,24	4	0,32	3	0,24	3	0,24	1	0,08	3	0,24	3	0,24
9	Kenaikan harga bahan baku	0,08	3	0,24	1	0,08	3	0,24	4	0,32	2	0,16	1	0,08	1	0,08	3	0,24	4	0,32	1	0,08	1	0,08

No	Strategi Alternatif / Key Factor	Weight	1		2		3		4		5		6		7		8		9		10		11	
			AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS
10	Promosi yang dilakukan pesaing	0,09	1	0,09	2	0,18	3	0,27	1	0,09	3	0,27	3	0,27	4	0,36	3	0,27	1	0,09	2	0,18	3	0,27
Total		**1**		**2,56**		**2,28**		**3,35**		**2,72**		**2,81**		**2,62**		**2,66**		**2,92**		**1,99**		**2,60**		**2,74**
Grand Total TAS				**4,87**		**4,80**		**6,70**		**5,48**		**5,23**		**4,98**		**5,39**		**5,64**		**4,19**		**5,23**		**4,78**

Lampiran 2.

Analisis Komparatif (Triangulasi Sumber)

No.	Sasaran	Program	Indikasi Kegiatan	Rumusan Program Prioritas										
				1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1	Terjaminnya ketersediaan bahan baku dan penolong (kualitas dan kuantitas) serta simplifikasi rantai pasok	Ketersediaan bahan baku	Monitoring dan evaluasi ketersediaan dan pengawasan bahan baku		√						√			
		Kemitraaan hulu/petani dan hilir/industri makanan dan minuman	Kerjasama pengembangan kelembagaan /asosiasi IKM industri makanan dan minuman		√						√			
			Fasilitasi temu bisnis	√										
2	Peningkatan pangsa pasar produk industri makanan dan minuman (keripik, bakery, cake, ikan, daging, susu dan turuananya, asinan dan manisan sayuran dan buah-buahan) baik lokal, regional maupun internasional/ekspor	Promosi	Pameran/Festival industri makanan dan minuman periodik	√										
			Bimtek/pelatihan pemasaran	√										
			On line marketing/ market place	√			√							
			Membangun lembaga pemasaran secara bersama	√										
			Pembangunan/ Revitalisasi *trading house*											
3	Meningkatnya kemitraan pengusaha makanan dengan kegiatan pariwisata, pengusaha jasa perhotelan dan biro perjalanan, distributor dan pasar modern	Jejaringdan kemitraan pengusaha IKM industri makanan dan minuman	Fasilitasi MOU kemitraan IKM industri makanan dan minuman dengan kegiatan pengusaha wisata, jasa perhotelan, biro perjalanan, distributor dan pasar modern	√										

No.	Sasaran	Program	Indikasi Kegiatan	Rumusan Program Prioritas										
				1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
4	Terbangunnya klaster pengolahan industri makanan dan minuman yang dilaksanakan bersama pemangku kepentingan terkait	Pembangunan/revitalisasi klaster dalam rangka percepatan pertumbuhan industri makanan dan minuman di sentra produksi terpilih	Melakukan kajian kawasan industri makanan dan minuman dan kajian pendukung lainnya											
			Bersama instansi terkait menciptakan iklim usaha yang kondusif untuk mendorong pertumbuhan industri makanan dan minuman											
			Pembangunan/revitalisasi klaster industri makanan dan minuman											
5	Tercapainya industri makanan dan minuman hemat energi dan ramah lingkungan	Pengembangan industri pangan olahan hemat energi dan ramah lingkungan	Sosialisasi industri makanan dan minuman ramah lingkungan											
			Pelatihan & bimtek industri makanan dan minuman ramah lingkungan									√		
			Fasilitasi pembangunan percontohan industri makanan dan minuman ramah lingkungan											
6	Peningkatan produksi industri makanan dan minuman (keripik dan cemilan, bakery, cake, ikan, daging, susu dan turuanannya, asinan dan manisan sayuran dan buah-buahan)	Peningkatan produksi industri makanan dan minuman	Pemetaan dan pemutahiran potensi industri makanan dan minuman yang terintegrasi dari hulu ke hilir								√			

No.	Sasaran	Program	Indikasi Kegiatan	Rumusan Program Prioritas										
				1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
7	Terpenuhinya standardisasi untuk produk industri makanan dan minuman (keripik dan cemilan, bakery, cake, ikan, daging, susu dan turunanya, asinan dan manisan sayuran dan buah-buahan) dan meningkatnya daya saing produk IKM industri makanan dan minuman	Standardisasi makanan olahan	Pelatihan & bimbingan teknik produksi industri makanan dan minuman									√		
			Fasilitasi uji nutrisi dan masa kadaluarsa											
8	Meningkatkan penjaminan mutu produk melalui penerapan *Good Hygiene Practices (GHP), Good Manufacturing Practices (GMP)*	Penerapan *Good Hygiene Practices (GHP), Good Manufacturing Practices (GMP)*	Sosialisasi *Good Hygiene Practices (GHP)*					√						
			Pelatihan dan bimbingan teknis *Good Hygiene Practices (GHP)*					√				√		
			Sosialisasi *Good Manufacturing Practices (GMP)*					√						
			Pelatihan dan bimbingan teknis *Good Manufacturing Practices (GMP*)					√						
9	Peningkatan penerapan sertifikasi standarisasi (SNI), halal, dan merek	Sosialiasi dan bimtek SNI	Sosialisasi SNI/ISO 9000.2015					√						
			Sosialisasi dan fasilitasi Sistem jaminan halal dan sertifikasi halal					√						
			Fasilitasi merek dagang					√						
			Fasilitasi kemasan dan label						√					
10	Meningkatnya produk pengolahan makanan yang	Sosialisasi dan bimtek BTP	Sosialisasi Bahan Tambahan Pangan (BTP)		√									

No.	Sasaran	Program	Indikasi Kegiatan	Rumusan Program Prioritas										
				1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
	bebas dari Bahan Tambahan Pangan (BTP) yang dilarang		Pelatihan dan bimbingan teknis BTP		√							√		
11	Meningkatnya kualitas kemasan	Pengembangan kemasan	Sosialisasi dan fasilitasi kemasan						√					
12	Meningkatnya diversifikasi produk, peningkatan nilai tambah.	Diversifikasi produk dan peningkatan nilai tambah.	Pelatihan/Bimtek/Studi banding/kerjasama Pusat Pengembangan Industri Makanan dan Minuman dalam rangka peningkatan pengetahuan dan keterampilan pembuatan diversifikasi industri makanan dan minuman											
13	Melengkapi sarana dan prasarana industri makanan dan minuman antara lain melalui bantuan mesin/peralatan pengolahan dengan berkoordinasi dengan instansi terkait	Revitalisasi alat dan mesin produksi	Bantuan hibah alat dan mesin produksi											
		Melanjutkan implementasi program peningkatan teknologi industri	Bantuan hibah alat dan mesin produksi											
14	Meningkatkan kemampuan penyediaan mesin dan peralatan pendukung usaha industri makanan dan minuman	Revitalisasi alat dan mesin produksi	Fasilitasi dana CSR untuk bantuan alat dan mesin produksi											
			Fasilitasi dana penjaminan untuk kredit alat dan mesin produksi											
15	Tercapaianya produk yang higienis	Pengembangan dan penerapan teknologi proses untuk menghasilkan produk yang higienis	Sosialisasi produksi higienis											
			Pelatihan/bimtek produksi higienis									√		

Lampiran 3.

Matriks QSPM UMKM Payung Geulis

No	Strategi Alternatif / Key Factor	Weight	1		2		3		4		5		6		7		8		9	
			AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS	AS	TAS
1	Ketersediaan bahan baku	0,14	1	0,1401	1	0,1401	1	0,1401	4	0,5603	3	0,4202	2	0,28	4	0,5603	1	0,1401	1	0,1401
2	Eksklusivitas produk	0,13	4	0,52	2	0,26	4	0,52	1	0,13	2	0,26	4	0,52	1	0,13	3	0,39	3	0,39
3	Kualitas tenaga kerja	0,10	1	0,10	4	0,39	2	0,20	2	0,20	1	0,10	4	0,39	1	0,10	3	0,29	1	0,10
4	Harga produk terjangkau	0,10	1	0,10	2	0,20	3	0,29	1	0,10	2	0,20	1	0,10	2	0,20	3	0,29	1	0,10
5	Sumber modal sendiri	0,14	2	0,27	1	0,14	4	0,55	3	0,41	4	0,55	2	0,27	1	0,1368	4	0,55	3	0,4104
6	Akses terhadap sumber modal	0,08	2	0,08	1	0,08	2	0,16	2	0,16	4	0,33	4	0,33	2	0,16	4	0,33	1	0,08
7	Ketersediaan alat/teknologi	0,10	3	0,10	2	0,20	1	0,10	4	0,39	2	0,20	2	0,20	1	0,10	4	0,39	2	0,20
8	Legalitas produk	0,09	2	0,09	1	0,09	1	0,09	4	0,35	1	0,09	2	0,18	4	0,35	1	0,09	1	0,09
9	Keterbatasan promosi	0,07	4	0,07	2	0,13	4	0,26	1	0,07	3	0,20	3	0,20	1	0,07	1	0,07	3	0,20
10	Upah tidak terstandardisasi	0,07	1	0,07	2	0,13	1	0,07	1	0,07	1	0,07	3	0,20	1	0,07	2	0,13	1	0,07
Total		**1**		**1,53**		**1,75**		**2,37**		**2,43**		**2,39**		**2,65**		**1,86**		**2,66**		**1,76**
1	Pangsa pasar masih terbuka luas	0,16	4	0,66	3	0,49	4	0,66	3	0,49	3	0,49	4	0,66	3	0,49	4	0,66	1	0,16
2	Dukungan regulasi	0,11	4	0,43	3	0,32	4	0,43	3	0,32	3	0,32	4	0,43	4	0,43	4	0,43	4	0,43
3	Intermediasi perbankan	0,13	3	0,38	1	0,13	1	0,13	2	0,25	4	0,50	3	0,38	1	0,13	4	0,50	1	0,13
4	Event seremonial formal	0,15	3	0,46	2	0,31	4	0,62	1	0,15	1	0,15	2	0,31	1	0,15	1	0,15	2	0,31
5	Program pembinaan	0,14	3	0,43	4	0,57	2	0,2867	4	0,5735	2	0,29	4	0,57	1	0,14	3	0,43	1	0,14
6	Persaingan harga	0,07	1	0,07	2	0,14	2	0,14	1	0,07	1	0,07	3	0,22	1	0,07	2	0,14	1	0,07
7	Menurunnya kesadaran budaya masyarakat	0,07	4	0,29	1	0,07	4	0,29	1	0,07	1	0,07	4	0,29	1	0,07	1	0,07	4	0,29
8	Ketersediaan pasar tenaga kerja/regenerasi	0,11	2	0,22	3	0,32	2	0,22	1	0,11	1	0,11	4	0,43	1	0,11	1	0,11	3	0,32
9	Fluktuasi bisnis /stabilitas pesanan	0,05	4	0,22	2	0,11	4	0,22	2	0,11	3	0,16	2	0,11	3	0,16	3	0,16	1	0,05
Total		**1**		**3,15**		**2,47**		**2,98**		**2,15**		**2,17**		**3,39**		**1,76**		**2,66**		**1,91**
Grand Total TAS				**4,67**		**4,22**		**5,35**		**4,58**		**4,56**		**6,04**		**3,62**		**5,32**		**3,67**