



STRATEGI PENGEMBANGAN INDUSTRI HALAL SEBAGAI PENDORONG EKONOMI LOKAL

Waluyo, Lingga Puspita Sekar Ayu Ramadhan, Naili Mursidah, Sania Redza

Priyono, Ika Maya Desy Ana, Rahma Nisa Aulia, Rila Dyah Wening Tyas

Program Studi Akuntansi Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta

Alamat: Jalan Pandawa, Pucangan, Kecamatan Kartasura, Kabupaten Sukoharjo, Jawa Tengah

Korespondensi penulis: nailimursidah09@gmail.com

Abstrak. *An industrial development strategy is a plan and action plan designed to develop the industrial sector to drive economic growth, increase competitiveness, and improve public welfare. This strategy encompasses various approaches such as human resource development, technological innovation, increasing production capacity, and creating a conducive business environment. The goal is to create a sustainable and value-added industry. The research method used a qualitative approach, with data collection techniques through in-depth interviews, participatory observation, and documentation studies of a student who founded a halal food business as a local economic driver (MSME). The results showed both offline and online operations, utilizing social media such as instagram, tiktok, facebook, and whatsapp. The offline approach involved opening a stand on Jalan Tugu Boto, Boyolali. This research shows that this product is attractive to the general public, because it is a traditional food that is sustainable, has a delicious taste and a variety of flavors and toppings, and is affordable.*

Keywords: halal local products, digital marketing strategies.

Abstrak. Strategi pengembangan industri adalah rencana dan tindakan yang dirancang untuk mengembangkan sektor industri guna mendorong pertumbuhan ekonomi, meningkatkan daya saing, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Strategi ini mencakup berbagai pendekatan seperti pengembangan sumber daya manusia, inovasi teknologi, peningkatan kapasitas produksi, dan penciptaan lingkungan usaha yang kondusif. Tujuannya adalah untuk menciptakan industri yang berkelanjutan dan bernilai tambah. Metode penelitian yg digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi patisipatif dan studi dokumentasi terhadap seorang mahasiswa yg mendirikan usaha makanan halal sebagai pendorong ekonomi lokal (umkm). Hasil penelitian menunjukkan berbasis offline dan online, dengan memanfaatkan media sosial seperti instagram, tiktok, facebook, dan whatsapp, sedangkan offline membuka stand bertempat di jalan tugu boto, boyolali. Penelitian ini menunjukkan bahwa produk ini menjadi daya tarik masyarakat umum, karena merupakan makanan tradisional yg lestari, memiliki rasa yg lezat dan beragam varian rasa dan topping, serta harga yg terjangkau..

Kata Kunci: produk lokal halal, strategi pemasaran digital

PENDAHULUAN

UMKM memegang peranan penting sebagai tulang punggung perekonomian nasional. UMKM dikenal tangguh, fleksibel, dan mampu menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar menjadikannya salah satu pilar utama dalam menghadapi tantangan ekonomi. Salah satu makanan halal dan lokal yang dapat di jual oleh para UMKM adalah kue pukis. Kue pukis merupakan salah satu kue tradisional yang berasal dari Banyumas, Jawa Tengah. kue ini terbuat dari campuran

STRATEGI PENGEMBANGAN INDUSTRI HALAL SEBAGAI PENDORONG EKONOMI LOKAL

tepung terigu, gula pasir, telur, santan dan ragi yang dicetak di dalam cetakan setengah lingkaran yang dipanggang di atas api dan biasanya diberikan taburan coklat ataupun keju .

Diantara ragam kuliner tradisional Indonesia, kue pukis menempati posisi istimewa sebagai jajanan pasar yang merakyat, kue ini memiliki potensi pasar yang luas dan merupakan warisan budaya kuliner. meskipun sederhana, UMKM yang bergerak di bidang kue pukis tersebar luas, mulai dari gerobak kaki lima hingga toko modern. Kue pukis dipandang sebagai camilan yang cocok dinikmati kapan saja, baik untuk sarapan, teman minum teh atau kopi, maupun sebagai hidangan saat berkumpul bersama keluarga atau teman. Kue ini juga dinilai bisa menjadi pilihan camilan sehat karena proses pembuatannya yang dipanggang dan tidak mengandung banyak minyak.

Penelitian ini memberikan manfaat: Mengembangkan Strategi pemasaran, Strategi pemasaran penting dalam sebuah usaha, untuk menarik semua masyarakat umum untuk lebih mengenal makanan tradisional ini(Yestas et al., n.d.). Mendukung perekonomian lokal,menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat,memenuhi kebutuhan pasar,sebagai wadah pengembangan diri untuk menjadi wirausaha muda,dan selalu menjaga kualitas agar tetap higenis,dan disajikan dengan baik.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan Pendekatan kualitatif dengan jenis studi kasus bisnis dan pemasaran. Pendekatan kualitatif dipilih karena memungkinkan peneliti untuk melihat secara langsung bagaimana strategi pemasaran dan cara kerja pengembangan industri halal sebagai pendorong ekonomi lokal. Studi kasus bisnis dan pemasaran digunakan sebagai peran penting dalam proses penjualan dan membantu bisnis menghasilkan lebih banyak prospek berkualitas tinggi. Dengan menentukan produk dan layanan yang sedang dipromosikan(Yestas et al., n.d.).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa produk halal menjadi pendorong utama ekonomi lokal di Indonesia yang berasal dari berbagai sektor, mulai dari makanan tradisional hingga makanan modern(Yestas et al., n.d.). Selain itu produk halal menjadi yang paling menonjol, karena didorong oleh besarnya populasi muslim di indonesia. Oleh karena itu, banyak pengusaha bersaing dalam menghasilkan produk halal, terutama pada sektor makanan lokal, yang turut dikembangkan oleh UMKM.

Salah satu kuliner tradisional Indonesia yang dikembangkan oleh UMKM adalah kue pukis. Kue pukis berasal dari Banyumas. kue ini menempati posisi istimewa sebagai jajanan pasar yang merakyat, kue ini memiliki potensi pasar yang luas dan merupakan warisan budaya kuliner. meskipun sederhana, UMKM yang bergerak di bidang kue pukis tersebar luas, mulai dari gerobak kaki lima hingga toko modern. Kue pukis dipandang sebagai camilan yang cocok dinikmati kapan saja, baik untuk sarapan, teman minum teh atau kopi, maupun sebagai hidangan saat berkumpul bersama keluarga atau teman. Kue ini juga dinilai bisa menjadi pilihan camilan sehat karena proses pembuatannya yang dipanggang dan tidak mengandung banyak minyak. Hal ini menjadi salah satu strategi dalam menarik minat konsumen pada produk lokal halal.

Selanjutnya, strategi pengembangan yang dapat dilakukan oleh produsen untuk memasarkan produk tersebut adalah melalui media online seperti instagram, tiktok, whatsapp, dan facebook. Sedangkan media offline mengandalkan strategi pemasaran konvensional seperti promosi dari

STRATEGI PENGEMBANGAN INDUSTRI HALAL SEBAGAI PENDORONG EKONOMI LOKAL

mulut ke mulut. Dengan cara mengutamakan kenyamanan konsumen seperti bersikap ramah tamah, humble, murah senyum, dan memberikan bonus kepada konsumen tetap, serta membangun emosional antara personal dan konsumen.

Berdasarkan wawancara dengan produsen, pemilik usaha kue pukis, diketahui bahwa usaha ini merupakan inisiatif pribadi yang dia rintis dari nol(Yestas et al., n.d.). Produsen memilih berjualan pukis karena usaha tersebut lebih realistik dijalankan dengan kemampuan modal yang dia miliki. Modal awal diperoleh dengan meminjam dari orang tua, dengan estimasi kebutuhan sekitar 4–5 juta rupiah dan untuk peralatan 6–7 juta rupiah untuk bahan baku lengkap.

Usaha ini dijalankan bersama adiknya dan beroperasi hampir setiap hari. Bahan baku umumnya mudah diperoleh, meskipun harga kelapa sedang meningkat. Dalam menarik pelanggan, Produsen mengandalkan pemasaran offline di pasar dan pemasaran online melalui media sosial.

Untuk menjaga kepuasan pelanggan, Produsen memberikan pelayanan ramah serta sesekali memberi bonus. Dia menerima pesanan dalam berbagai skala dan tetap berjualan meski cuaca kurang mendukung. Sebagai mahasiswa, dia mengatur waktu dengan menempatkan aktivitas usaha pada pagi hari dan kuliah di siang hari. Produsen berharap usahanya dapat berkembang melalui penguatan kualitas, SOP, dan kemungkinan membuka lebih banyak cabang di masa depan.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa pengembangan produk halal lokal, khususnya kue pukis, memiliki peranan penting dalam mendorong perekonomian lokal melalui UMKM. Kue pukis sebagai makanan tradisional dinilai memiliki daya tarik tinggi karena rasanya yang enak, proses pembuatannya yang sederhana, serta harganya yang terjangkau. Produk ini memiliki tempat yang cukup strategis dan dapat diterima oleh berbagai kalangan masyarakat.

Strategi pemasaran yang digunakan produsen adalah dengan metode offline dan online. Pemasaran online dilakukan dengan memanfaatkan media sosial seperti Instagram, TikTok, Facebook, dan WhatsApp, sedangkan pemasaran offline dilakukan melalui promosi langsung dan pelayanan ramah tamah kepada konsumen. Kombinasi strategi ini terbukti efektif dalam menarik pelanggan dan meningkatkan penjualan.

Selain itu, penelitian menunjukkan bahwa UMKM yang bergerak di bidang makanan tradisional dapat berkembang meskipun dengan modal terbatas, selama produsen mampu menjaga kualitas produk, memberikan pelayanan yang baik, serta konsisten dalam berinovasi. Produsen berharap usahanya dapat terus bertumbuh melalui peningkatan standar operasional, kualitas produk, dan kemungkinan membuka cabang baru di masa depan

SARAN

- A. Mempertahankan konsistensi kualitas produk local.
Dalam segi rasa, tekstur, maupun penampilan, adalah kunci untuk mempertahankan loyalitas pelanggan dan keunggulan bersaing.
- B. Meningkatkan inovasi produk
Usaha pukis disarankan untuk terus melakukan inovasi produk dengan menambahkan varian rasa dan topping yang beragam untuk menarik minat konsumen yang lebih luas, seperti yang ditunjukkan dalam beberapa penelitian.
- C. Pengembangan Jaringan dan Kemitraan UMKM

STRATEGI PENGEMBANGAN INDUSTRI HALAL SEBAGAI PENDORONG EKONOMI LOKAL

Dengan menjalin kerja sama dengan toko, kafe, atau platform penjualan makanan untuk memperluas jangkauan distribusi. Selain itu, mengikuti pelatihan dan komunitas UMKM dapat membantu meningkatkan kapasitas dan wawasan bisnis.

D. Perencanaan Ekspansi Usaha

Untuk mendukung pertumbuhan jangka panjang, produsen dapat mulai menyusun perencanaan bisnis yang lebih matang, termasuk pembukaan cabang baru atau penambahan varian produk yang relevan dengan kebutuhan pasar.

DAFTAR PUSTAKA

Yestas, M., Balia, N., Sinaga, N., Haetubun, F., Rahaded, L., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (n.d.). *STRATEGI PEMASARAN PRODUK LOKAL PAPUA DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN PRODUK MODERN*. <https://e-jurnal.nobel.ac.id/index.php/jpm>

<https://share.google/F0iKZ2k8L7I4HHD2F>