

Halaman:
80 – 86

Tanggal penyerahan:
14 Juni 2023

Tanggal diterima:
8 Agustus 2023

Tanggal terbit:
31 Agustus 2023

*penulis korespondensi
Email:

¹silviistiqomah@ittelkom-sby.ac.id

²perdanasuteja@ittelkom-sby.ac.id

³betsyeda.frea.20@student.ie.ittelkom-sby.ac.id

⁴rahmalia.nurhalissa.21@student.ie.ittelkom-sby.ac.id

⁵said.aziz.20@student.ie.ittelkom-sby.ac.id

Jurnal Pengabdian Masyarakat dan aplikasi Teknologi

Pengembangan Produk UMKM Berkualitas dan Tersertifikasi Halal

Silvi Istiqomah^{1*}, Perdana Suteja Putra², Betsyeda Frea Anuarita³, Rahmalia Nurhalissa⁴, dan Said Aziz Luthfiansyah⁵

^{1,2,3,4,5}Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknologi Elektro dan Industri Cerdas, Institut Teknologi Telkom Surabaya
Jl. Ketintang No.156, Ketintang, Kec. Gayungan, Surabaya, Jawa Timur 60231

Abstract

The Indonesian people's socioeconomic conditions tend to be consumptive, with a desire for something filling and inexpensive. Noodles are a food that can be found almost anywhere. Noodles are one of the favorite carbohydrate substitute foods for Indonesians. In its development, one of the processed noodles that many people like is chicken noodles. Chicken noodles vary by region and stall. For example, wonogiri chicken noodles typically have a brown cart, whereas traveling chicken noodles typically have a blue cart. The chicken noodle debate is often based on personal preference. Chicken noodles are available in sweet, savory, curry, and sweet and savory flavors. Each of these flavors has its own group of followers. GMG is one of the MSMEs that produces large quantities of noodles and is a noodle supplier to several chicken noodle restaurants. As a result, MSMEs must understand the supply chain flow and the halal conditions of the products that consumers will consume. This socialization activity aims to provide MSMEs with understanding and assistance in the management of halal guarantee certification. The methods of this activity are observation, interviews, and documentation of selected MSME data. Mentoring activities are carried out online and offline.

Keywords: SME, noodle, halal, supply chain

Abstrak

Dalam kondisi sosial ekonomi masyarakat Indonesia umumnya terdapat karakteristik konsumen yang menginginkan sesuatu yang memuaskan dan murah. Mie adalah salah satu makanan yang mudah ditemukan di mana saja. Mie merupakan salah satu makanan pengganti karbohidrat yang paling populer bagi masyarakat Indonesia. Dalam perkembangannya, mie ayam merupakan salah satu olahan mie yang banyak disukai masyarakat. Bakmi ayam memiliki ciri khas tersendiri di setiap daerah dan standnya. Misalnya mie ayam wonogiri biasanya memiliki gerbong berwarna coklat, sedangkan mie ayam traveller biasanya memiliki gerbong berwarna biru. Perdebatan tentang mie ayam yang sering diadakan adalah masalah selera. Ada pengelompokan mie ayam dengan rasa manis, gurih, kari dan manis gurih. Masing-masing rasa ini memiliki penggemarnya. GMG Mie Ayam adalah salah satu produsen mie dalam jumlah besar dan menjadi salah satu pemasok mie untuk beberapa mie ayam. Oleh karena itu, UMKM harus memahami alur rantai pasok dan syarat kehalalan produk yang dikonsumsi konsumen. Tujuan dari kegiatan sosial ini adalah untuk memberikan pemahaman dan pendampingan kepada UMKM dalam pengurusan sertifikat Jaminan Halal. Metode kegiatan ini meliputi observasi, wawancara dan dokumentasi data UMKM terpilih. Kegiatan pendampingan dilakukan secara *online* dan *offline*.

Kata kunci: UMKM, mie, halal, rantai pasok

1. PENDAHULUAN

Industri makanan halal menjadi isu penting di Indonesia. Produk halal yang berkembang pesat di seluruh dunia di sektor bisnis telah memberikan hasil yang luar biasa (Kadir et al., 2016). Banyaknya penyedia tempat makan dan perkembangan teknologi yang semakin pesat memberikan tantangan dalam menjamin kualitas kehalalan suatu produk. Permintaan yang lebih tinggi untuk makanan halal telah menyebabkan industri makanan untuk memperhatikan sistem kontrol kualitas untuk bahan yang digunakan (Masudin et al., 2022). Pemerintah melalui Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal menegaskan bahwa produk yang masuk, beredar dan diperdagangkan di wilayah Indonesia wajib bersertifikat halal. Sejalan dengan itu semua industri penyediaan makanan di Indonesia seperti warung dan restoran harus menjamin kehalalan produk yang diperdagangkannya. Manajemen rantai pasok halal merupakan kunci dalam menerapkan prinsip halal tersebut. Proses penyediaan bahan, pemrosesan, pengemasan, dan penyajian yang tercakup dalam proses rantai pasok menjadi ukuran halalnya suatu produk khususnya produk pangan hasil pengolahan suatu industri makanan. Status kehalalan makanan harus ditelusuri dari proses bahan baku, pengolahan, pengemasan, transportasi, dan distribusi ke konsumen akhir (Hidayati et al., 2023)

Usaha kecil dan menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri atau berdiri sendiri, atau dimiliki oleh perorangan atau kelompok bukan sebagai anak perusahaan induk. UU Jaminan Produk Halal No. 33 Tahun 2014 diubah dengan UU Cipta Kerja No. 11 Tahun 2020, menambahkan pasal pada pasal yang diubah yang mewajibkan pelaku usaha mikro dan kecil memiliki sertifikat Halal agar dapat memperoleh produk olahan. Memperoleh/mencantumkan label halal pada produk olahan tentunya memerlukan sertifikat yang menyatakan bahwa produk tersebut dapat diklasifikasikan halal. Saat mengeluarkan sertifikat, UU Jaminan Produk Halal No. 33 Pasal 44 Tahun 2014 pelaku ekonomi bertanggung jawab atas pembiayaan sertifikasi halal, sedangkan untuk pengusaha mikro dan kecil pemerintah atau lembaga dapat mempromosikannya.

Saat ini UMKM yang memiliki sertifikat Halal di Indonesia belum banyak. Masih banyak pelaku UMKM yang belum menyadari pentingnya sertifikasi Halal. Salah satu penyebabnya adalah kurangnya kesadaran konsumen akan sertifikasi Halal, yang berarti perusahaan makanan Halal tidak melihat sertifikasi Halal sebagai nilai tambah bagi bisnisnya. Berdasarkan permasalahan tersebut, kami menawarkan solusi berupa kehumasan, pelatihan dan dukungan kepada UMKM khususnya GMG Mie Ayam terkait proses produksi halal yang telah memiliki distributor mie yang tersebar di beberapa cabang. Langkah-langkah yang akan dilaksanakan antara lain melatih kader Halal untuk mensosialisasikan konsep Halal dalam Sistem Jaminan Halal (SJH) dan bekerjasama dalam pelaksanaan proses Halal. Program-program ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan informasi yang cukup kepada UMKM khususnya untuk lulus proses sertifikasi Halal untuk produk mereka dan membantu UMKM ini mempersiapkan transformasi digital (Khan et al., 2019; Kurniawati & Cakravastia, 2023). Dengan administrasi yang lengkap pada perusahaan diharapkan dapat menjadi sebuah pengembangan dan implementasi strategi bisnis global (Kawuri et al., 2022).

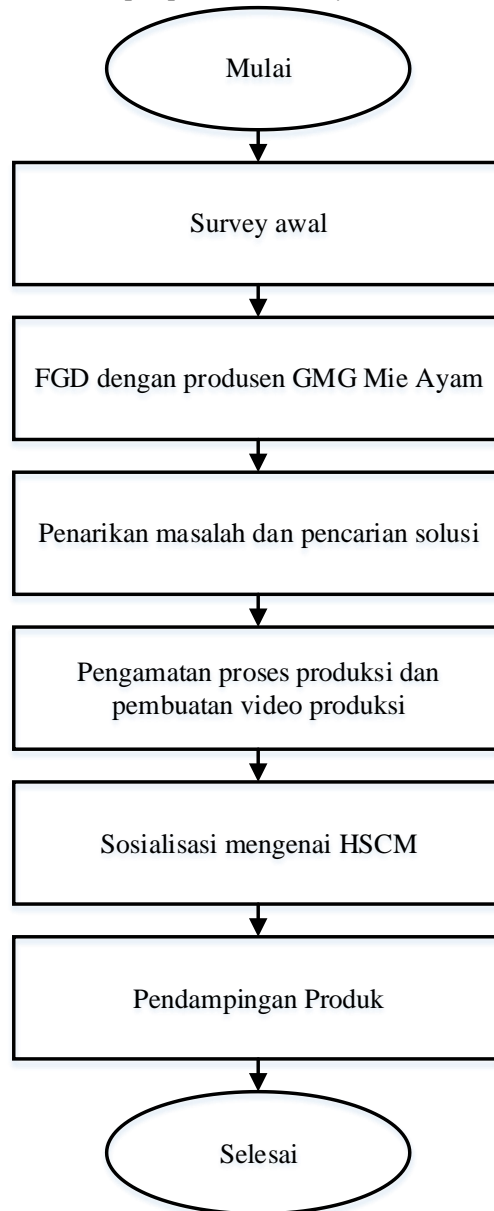
Produsen mie ini mempunyai banyak franchisee di berbagai lokasi, sehingga kepercayaan franchisee cukup diperlukan. Selain itu, dengan pahamnya produsen mengenai hal ini maka bisnis mie ayam akan berkembang lebih cepat untuk meningkatkan minat pembeli. Isu terkait Management Halal Supply Chains atau Manajemen Halal Rantai Pasok saat ini sedang berkembang. Pada saat yang sama, produk yang sudah tersertifikasi halal perlu mendapat kemudahan dan konsesi lain agar dapat diproduksi, diedarkan, dan diperdagangkan tanpa hambatan yang berarti (Salehudin, I. dan Mukhlis, B., 2012)

Di Indonesia banyak penelitian yang membahas mengenai Management Halal Supply Chain untuk produk makanan masih sangat minim dibandingkan dengan Negara yang mayoritas masyarakatnya beragama muslim seperti Malaysia. Manajemen rantai pasokan yang efektif (SCM) telah menjadi salah satu hal yang berpotensi untuk mengamankan keunggulan kompetitif dari suatu produk dan meningkatkan kinerja organisasi karena kompetisi produk yang dijual tidak lagi antara organisasi tetapi antara rantai pasokan (Cahyono et al., 2023). Untuk itu sangat penting untuk melaksanakan pengabdian masyarakat ini.

Mereka kurang memiliki kesadaran bahwa pengurusan izin dan sertifikasi halal bagi produknya sangat penting dan tentunya memberikan banyak manfaat bagi keberlangsungan usaha mereka. Permasalahan tidak hanya dalam hal difusi politik, tetapi juga dalam hal literasi di kalangan UMKM terkait proses produksi Halal yang masih rendah (Ali & Suleiman, 2018; Alqudsi, 2014). Penulis mengusulkan solusi dari permasalahan tersebut dalam bentuk kontak, pelatihan dan pendampingan kepada UMKM GMG Mie Ayam terkait proses produksi halal dan sertifikasi halal. Oleh karena itu, diharapkan program-program tersebut dapat membantu UMKM untuk memperoleh sertifikasi Halal pada produknya sehingga memberikan nilai tambah dan secara tidak langsung mendukung kebijakan penjaminan produk Halal yang sedang berjalan.

2. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan nirlaba ini dilaksanakan dengan memberikan pemahaman kepada operator mitra UMKM tentang aspek halal produknya melalui kegiatan sosialisasi dan pendampingan secara berkala. Diawali dengan mengunjungi tim pengabdian masyarakat di tempat produksi mie ayam.



Gambar 1. Alur kerja pelaksanaan.

Secara garis besar, alur pengerjaan kegiatan ini dapat dilihat pada Gambar 1. Kegiatan ini dimulai dengan survey awal ke lokasi pengabdian dan berdiskusi dengan produsen mie ayam untuk mengetahui permasalahan di lokasi. Setelah mengetahui permasalahan di lokasi pengabdian, solusi dan cara implementasi diberikan agar UMKM bisa menyelesaikan permasalahan yang sedang dihadapi. Dalam kegiatan ini, solusi yang akan diimplementasikan mengenai pemahaman mengenai produk halal dan pendampingan untuk mendapatkan sertifikat halal produk. Sosialisasi mengenai pentingnya produk halal diberikan kepada pemilik UMKM, selain itu pelatihan mengenai pengurusan dokumen juga cukup penting untuk disosialisasikan sebagai bukti bahwa produk sudah mempunyai dokumen halal. Setelah semua kegiatan dilakukan, dilanjutkan dengan evaluasi program yang telah dilaksanakan.

Pelaksanaan tindak lanjut berupa sertifikasi Halal bahan dan produk pada rantai pasok Halal untuk meningkatkan kepercayaan konsumen dan meningkatkan penjualan mitra. Kegiatan ini meliputi tahapan

implementasi pedoman kemudian pelatihan dengan bentuk tindakan pedoman. Dalam kegiatan ini, tim pengabdian juga mengundang para profesional untuk membantu sertifikasi halal produk. Penyerahan bahan ini dilakukan bersamaan dengan bantuan mitra operator untuk mendapatkan sertifikat produk halal.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat tahap pertama adalah sosialisasi program dan pertolongan pertama diberikan melalui koordinasi dan informasi tim pengabdian masyarakat, setelah itu akan dilakukan survey UMKM terhadap UMKM GMG Mie Ayam yang memenuhi kriteria kemitraan. Selanjutnya dilakukan evaluasi terhadap UKM yang menjadi mitra dan dilakukan pemilihan. Setelah itu kami mengunjungi kantor mitra UMKM terpilih untuk melihat proses pembuatan mie. Tabel 1 menunjukkan permasalahan yang dihadapi mitra berdasarkan dimensi bisnis aspek ekonomi dan sosial.

Tabel 1. Permasalahan yang Dihadapi Mitra

No.	Dimensi Bisnis	Permasalahan yang Terjadi
1.	Aspek Ekonomi	Belum ada standar <i>supply chain</i> termasuk konsep <i>halal supply chain</i>
2.	Aspek Sosial	Kurangnya kepercayaan atas tingkat ke-halal-an makanan yang diproduksi

Jika dilihat pada Tabel 1, membuat kesepakatan dengan pihak mitra terkait permasalahan utama (prioritas) yang perlu diselesaikan, karena permasalahan yang lain sementara waktu bisa diselesaikan oleh pemilik. Hasil kesepakatan permasalahan prioritas yang perlu diselesaikan mencakup dua aspek, yaitu aspek ekonomi dan sosial. Dengan terselesaikannya kedua aspek dari permasalahan tersebut, diharapkan dapat meningkatkan pemberdayaan ekonomi masyarakat dan daya saing industri.

Setelah menerima mitra yang dibutuhkan, Kelompok Pengabdian melakukan observasi lapangan terhadap seluruh produksi. Hal ini dilakukan agar tim dapat memperoleh gambaran tentang alur rantai pasok dan produksi produk yang akan diproduksi.



Gambar 2. Proses produksi mie pada GMG Mie Ayam.

Gambar 2 menunjukkan proses produksi mie pada GMG Mie Ayam. GMG Mie Ayam adalah UMKM yang berjuang dari bawah ke atas, di mana diperlukan usaha ekstra di tahap awal untuk mendapatkan bahan dan alat yang berkualitas. Sambil mengembangkan bisnisnya, GMG Mie Ayam terus memperbaiki dan meningkatkan kualitas bisnisnya dengan prinsip bisnis yang baik dan halal. Oleh karena itu, para pemilik UMKM selalu berusaha mencari bahan dan alat yang baik, bersih dan halal sejak didirikan.

Dalam pemilihan bahan dan alat pembuatan mi ayam, GMG Mie Ayam melalui beberapa tahapan seleksi, antara lain pengecekan bahwa ayam yang dibeli telah disembelih sesuai dengan syariat Islam, alat-alat yang dibersihkan secara rutin, dan kebersihan pekerja. Selain proses produksi, proses pengembangan usaha GMG Mie Ayam juga mendistribusikan dan menjaga kualitas produk yang dijual di pasaran. Saat pelanggan mengambil produk dari GMG Mie Ayami, para pemilik UMKM selalu berpesan untuk menjaga kemurnian, kebaikan dan kehalalan produknya.

Hal ini dilandasi dengan prinsip religi dan keyakinan pemilik UMKM GMG Mie Ayam bahwa kebersihan dan Halal dapat membawa keberkahan tersendiri dalam usaha yang dikelola. Karenanya, kebahagiaan terus mengalir saat berkah diterima. Itulah sebabnya pemilik selalu mengikuti prinsip ini sejak awal hingga berkembang menjadi seperti sekarang ini. Proses produksi GMG Mie Ayam Sidoarjo dimulai pukul 04.00 hingga jam 07:00 pagi. Kemudian dilanjutkan hasil mie yang telah diproduksi didistribusikan ke beberapa toko cabang. Setelah proses produksi dan distribusi kepada toko cabang selesai dilakukan, Pukul 10.00 pagi GMG Mie Ayam mulai membuka outlet pusatnya di kawasan Wonoayu Sidoarjo.

Dalam pendistribusiannya, GMG Mie Ayam mengoperasikan beberapa gerai reguler di area Wonoayu di Sidoarjo. Selain pelanggan, GMG Mie Ayam juga menerima pesanan yang bisa dibawa langsung ke tempat produksi. Jadi semoga kedepannya GMG Mie Ayam bisa lebih melayani masyarakat dan pelanggan. Dalam pengembangannya, kita dapat mengintegrasikan masalah dimensi ekonomi, lingkungan, dan sosial untuk menganalisis relevansi masalah logistik perkotaan dan untuk mengidentifikasi kesenjangan (Istiqomah & Sutopo, 2020). Gambar 3 memberikan dokumentasi pelaksanaan sosialisasi dan pendampingan *halal supply chain*.



Gambar 3. Pelaksanaan sosialisasi dan pendampingan *halal supply chain*.

Pada proses pengurusan sertifikat halal pada produk dilakukan dengan pendampingan dari salah satu auditor halal yang memiliki kemampuan melakukan pemeriksaan kehalalan Produk dari Lembaga Pemeriksa Halal yang selanjutnya disingkat LPH. LPH merupakan lembaga yang melakukan kegiatan pemeriksaan dan/atau pengujian terhadap kehalalan Produk. Ada beberapa data yang perlu disiapkan oleh UMKM dalam proses pendaftaran produknya untuk mendapatkan sertifikat halal. Data-data yang dibutuhkan adalah foto KTP pemilik UMKM, Nomor Induk Berusaha (NIB) yang bisa dibuatkan juga oleh auditor halal jika belum memiliki NIB, nama produk yang akan diajukan beserta variannya, nama bahan yang digunakan beserta merknya yang sudah berlogo halal (kecuali bahan asli dari alam tidak perlu sertifikat halal), foto produk (terlihat merknya), proses pembuatan produk dengan kata (dari persiapan bahan sampai siap packing), video fasilitas produksinya dari area persiapan

bahan termasuk pencucian sampai packing (tidak masalah jika gabung dengan dapur rumah tangga). Setelah semua siap maka akan di inputkan kedalam platform yang akan dicek oleh auditor. Gambar 4 menunjukkan laman pengisian data pendaftaran produk halal.



Gambar 4. Website pengisian data pendaftaran produk halal.

4. KESIMPULAN

Dari pengabdian masyarakat yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa UMKM GMG Mie Ayam saat ini telah mengetahui mengenai produk halal dan dokumen pendukung sebagai bukti yang resmi. Kegiatan nirlaba ini juga akan dilaksanakan agar para mitra UMKM dapat berbagi pengetahuan dan pengalamannya tentang prinsip halal dan proses persiapan SJH dengan para pelaku UMKM di sekitarnya.

Melalui kegiatan hibah pengabdian kepada Masyarakat ini, tim pelaksana juga berharap dapat meningkatkan kesadaran masyarakat akan kelengkapan UU Pembebasan Pangan Olahan. Selain itu, sertifikat halal ini dapat membantu produsen atau pedagang untuk mempertahankan usahanya. Kegiatan ini bisa meningkatkan minat pembeli hingga 30% karena mengetahui bahwa produk sudah aman dikonsumsi oleh konsumen muslim. UMKM juga menggunakan pengetahuan mengenai pentingnya produk halal ini sebagai ulasan pada proses marketing yang dilakukan. Marketing dengan social media instagram telah mencapai lebih dari 20.000 view di sekitarnya dibandingkan sebelum ada marketing yang menunjukkan bahwa produk tersebut halal. Hal ini menunjukkan bahwa kondisi produk mempengaruhi potensi pasar yang dijangkau.

UCAPAN TERIMA KASIH

Pengabdian ini terselenggara atas hibah internal dari Institut Teknologi Telkom Surabaya melalui Departemen Penelitian dan Publikasi Pengabdian Kepada Masyarakat. Perjanjian REK.025/ABDI1/REK/II/2023. Terima kasih kepada mitra kami GMG Mie Ayam.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, M. H., & Suleiman, N. (2018). Eleven shades of food integrity: A halal supply chain perspective. *Trends in Food Science & Technology*, 71, 216–224. <https://doi.org/10.1016/j.tifs.2017.11.016>
- Alqudsi, S. G. (2014). Awareness and Demand for 100% Halal Supply Chain Meat Products. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 130, 167–178. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.04.021>
- Cahyono, Y., Purwoko, D., Koho, I. R., Setiani, A., Supendi, Setyoko, P. I., Sosiady, M., & Wijoyo, H. (2023). The role of supply chain management practices on competitive advantage and performance of halal agroindustry SMEs. *Uncertain Supply Chain Management*, 11(1), 153–160. <https://doi.org/10.5267/j.uscm.2022.10.012>
- Hidayati, J., Vamelia, R., Hammami, J., & Endri, E. (2023). Transparent distribution system design of halal beef supply chain. *Uncertain Supply Chain Management*, 11(1), 31–40. <https://doi.org/10.5267/j.uscm.2022.12.003>
- Istiqomah, S., Yuniaristanto, Sutopo, W. (2020). Recent Developments in City Logistics Research: A Literature Review. *IOP Conf. Ser.: Mater. Sci. Eng.* 943 012038. DOI 10.1088/1757-899X/943/1/012038

- Kadir, M. H. A., Rasi, R. Z. R. M., Omar, S. S., & Manap, Z. I. A. (2016). Halal Supply Chain Management Streamlined Practices: Issues and Challenges. IOP Conference Series: Materials Science and Engineering, 160(1). <https://doi.org/10.1088/1757-899X/160/1/012070>
- Khan, S., Khan, M. I., Haleem, A., & Jami, A. R. (2019). Prioritising the risks in Halal food supply chain: an MCDM approach. *Journal of Islamic Marketing*. <https://doi.org/10.1108/JIMA-10-2018-0206>
- Kurniawati, D. A., & Cakravastia, A. (2023). A review of halal supply chain research: Sustainability and operations research perspective. *Cleaner Logistics and Supply Chain*, 6, 100096. <https://doi.org/10.1016/j.clscn.2023.100096>
- Kawuri, A. L., Sutopo W., Hisjam, M., Istiqomah, S. (2022). Lesson Learned in Developing and Implementation a Global Business Strategy in Agriculture Companies: A Comparative Study. Proceedings of the International Conference on Industrial Engineering and Operations Management Istanbul, Turkey, March 7-10, 2022
- Masudin, I., Rahmatullah, B. B., Agung, M. A., Dewanti, I. A., & Restuputri, D. P. (2022). Traceability System in Halal Procurement: A Bibliometric Review. *Logistics*, 6(4). <https://doi.org/10.3390/logistics6040067>
- Salehudin, I. dan Mukhlis, B. (2012) Pemasaran Halal: Konsep, Implikasi dan Temuan Di Lapangan. 293-305.