

Persepsi Pelaku Usaha *Marine Product* di Desa Lontar Kabupaten Serang Provinsi Banten Terhadap Layanan Sertifikasi Halal

Siti Widiati¹, Lana Izzul Azkia²

^{1,2} Fakultas Pertanian, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa
sitiwidiati@untirta.ac.id, lanaizzulazkia@untirta.ac.id

ABSTRACT

Lontar Village has the potential for mangrove forests, which could be used as a local economic resource. This needs to be developed because it is currently operated on a household basis and is still limited by marketing access. Halal certification is one way to create local business products. The aim of this research is to analyze business actors' perceptions of halal certification services for Marine products in Lontar Village and formulate a priority development strategy. Qualitative descriptive methods and SWOT analysis are used in this study. According to the research, Lontar Village's business community is well aware of the value of halal certification and how it can increase market share and product quality. Using marine resources, enhancing market systems, strengthening infrastructure, creating new products, applying climate change risk management, and halal certification are the main growth strategies.

Keywords: *Blue Economy; Marine product; Halal Certification; Perception*

ABSTRAK

Desa Lontar memiliki potensi Hutan Mangrove yang dapat dijadikan sebagai bisnis ekonomi lokal. Usaha tersebut masih dilakukan dalam skala rumah tangga dan masih terkendala terhadap akses pemasaran sehingga perlu dikembangkan. Salah satu bentuk pengembangan produk usaha lokal adalah melalui sertifikasi halal. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis persepsi pelaku usaha terhadap layanan sertifikasi halal produk *Marine* di Desa Lontar dan memformulasikan strategi prioritas pengembangannya. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dan analisis SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi pelaku terhadap pentingnya sertifikasi halal sudah tinggi dimana pelaku usaha menyadari bahwa sertifikasi halal dapat meningkatkan kualitas produk dan pangsa pasar. Berdasarkan analisis SWOT diketahui strategi prioritas pengembangan usaha *Marine product* di Desa Lontar, yaitu peningkatan pemanfaatan sumber daya laut, penguatan infrastruktur dan dukungan finansial, sistem pasar, pengembangan dan distribusi produk, penerapan sistem manajemen risiko termasuk perubahan iklim, dan penerapan sertifikasi halal.

Kata kunci: *Ekonomi Biru; Marine product; Sertifikasi Halal; Persepsi*

PENDAHULUAN

Desa Lontar merupakan salah satu desa pesisir di wilayah kecamatan Tiirtayasa, Kabupaten Serang. Sebagaimana karakteristik wilayah pesisir, Desa Lontar memiliki berbagai sumber daya hayati laut yang melimpah seperti sumber

daya ikan, kerang, dan berbagai jenis biota lainnya seperti tanaman Mangrove dan rumput laut. Sumber daya hayati laut hayati tersebut berperan penting dalam fungsi ekologi serta ekonomi bagi masyarakat wilayah pesisir Desa Lontar.

Salah satu sumber daya laut yang banyak dimanfaatkan oleh masyarakat Desa Lontar adalah tanaman Mangrove. Rosmiyati *et al.* (2022) menyatakan bahwa, Desa Lontar terletak di Kecamatan Tirtayasa, adalah salah satu daerah pesisir yang memiliki hutan Mangrove dan potensi besar untuk pengelolaan. Hutan Mangrove yang berada di Desa Lontar tidak hanya dijadikan sebagai kawasan wisata, namun beberapa bagian pohonnya juga diolah menjadi berbagai produk olahan. Kegiatan tersebut menjadi salah satu basis utama kegiatan ekonomi lokal, yaitu sebagai pendapatan rumah tangga perikanan.

Pengolahan tanaman Mangrove yang dilakukan di Desa Lontar menjadi suatu kegiatan bisnis berbasis ekonomi biru. Daga *et al.* (2023) menyatakan bahwa produk hasil olahan laut atau *marine product*, merupakan beragam barang atau bahan yang berasal dari sumber daya perairan atau terkait dengan laut. Hal ini mencakup makanan laut seperti ikan, kerang, dan rumput laut, serta produk non-pangan seperti kosmetik, obat-obatan, dan bahan kimia yang dihasilkan dari sumber daya laut. Kegiatan pengolahan Mangrove di Desa Lontar dilakukan oleh pelaku usaha skala rumah tangga. Kegiatan usaha berbasis ekonomi biru tersebut masih perlu banyak pengembangan lebih lanjut agar dapat meningkatkan pendapatan para pelaku usahanya. Pengembangan produk olahan berbasis *marine product* dapat memajukan ekonomi di wilayah pesisir, dengan tetap memperhatikan keberlanjutan ekosistem.

Kendala utama yang dialami oleh pelaku usaha *marine product* di Desa Lontar antara lain area pemasaran yang masih terbatas. Salah satu upaya pengembangan untuk peningkatan area pemasaran *Marine product* di Desa Lontar adalah dengan memperhatikan permintaan pasar, termasuk legalitas produk seperti sertifikat halal. Sertifikasi halal menjadi suatu keharusan untuk memasuki pasar-pasar yang mengharapkan standar kehalalan tertentu. Sertifikasi halal pada produk pangan, obat-obatan, dan kosmetik bertujuan untuk memberikan kepastian kepada masyarakat sebagai konsumen, serta menjamin keamanan terkait kehalalan suatu produk. Sertifikat halal juga merupakan faktor penting bagi produsen untuk memberikan kepercayaan kepada konsumen, serta dapat mendukung dalam distribusi, promosi, dan pemasaran produk (Widiati & Azkia, 2023).

Para pelaku usaha perlu memiliki kesadaran bahwa sertifikat halal ini penting untuk dilakukan sebagai salah satu langkah dalam mengembangkan usahanya. Persepsi pelaku usaha terhadap layanan sertifikasi halal juga penting dalam memastikan bahwa kebijakan yang dirancang memenuhi kebutuhan dan harapan mereka, sehingga mendukung pengembangan produk laut yang berkelanjutan dan berorientasi pasar. Dengan memiliki sertifikasi halal, *marine product* di Desa Lontar dapat memasuki pasar-pasar yang menuntut standar kehalalan tertentu, meningkatkan daya saingnya, membuka peluang baru untuk peningkatan pasar

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka tujuan dari penelitian ini yaitu, untuk mengidentifikasi bagaimana persepsi pelaku usaha

terhadap layanan sertifikasi halal berbasis *marine product* serta menganalisis strategi prioritas yang dapat menunjang pengembangan usaha *marine product* berbasis ekonomi biru untuk menunjang perkembangan ekonomi lokal di Desa Lontar.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian Deskriptif Kualitatif yang dimulai dari pengumpulan data, reduksi data, *display data* dan penarikan kesimpulan berdasarkan dari data penelitian yang diperoleh melalui wawancara, observasi, dan studi literatur. Nurjannah *et al.* (2023) mengungkapkan bahwa metode kualitatif digunakan untuk melakukan penelitian di lapangan (*field research*) dalam menggambarkan objek penelitian dari aspek sosial, ekonomi maupun budaya. Analisis kualitatif bertujuan untuk menggali informasi termasuk gambaran umum usaha, serta lingkungan internal dan eksternalnya.

Jenis penelitian yang dilakukan dalam studi kasus ini adalah survei. Penelitian survei adalah metode penelitian yang dilakukan untuk memperoleh data dari responden yang mewakili populasi tertentu melalui kuesioner, wawancara, atau observasi terstruktur. Metode tersebut bertujuan untuk mengumpulkan data yang representatif dari populasi target untuk menganalisis perilaku, opini, atau karakteristik tertentu dari populasi responden.

Penentuan Lokasi

Lokasi penelitian dilaksanakan di Kelompok Tani Hutan Mangrove “Segara Biru” yang berada di Kp. Baru RT 17/RW 04 No.02, Desa Lontar Kecamatan Tirtayasa Kabupaten Serang, Provinsi Banten.

Populasi dan Sampel

Informan dalam penelitian dipilih berdasarkan kesesuaian dalam pemenuhan kebutuhan data dan informasi penelitian. Informan dipilih secara sengaja yaitu pemangku ketua Kelompok Tani Hutan Mangrove “Segara Biru” dan anggota kelompok tani tersebut yang merupakan pelaku usaha pengolahan *Marine product* yang belum memiliki Sertifikat Halal produk olahan. Pemilihan informan berdasarkan pemahaman dan perannya, khususnya dalam aktivitas budidaya, pengolahan dan pemasaran di Kelompok Tani Budidaya Mangrove “Segara Biru” Desa Lontar, Kecamatan Tirtayasa, Kabupaten Serang, Provinsi Banten.

Jenis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Maak, *et al.* (2022) mengungkapkan bahwa, data primer adalah informasi yang diperoleh langsung dari sumber pertama, seperti wawancara mendalam dan observasi, yang relevan dengan penelitian. Penelitian ini juga menggunakan data sekunder yang diperoleh dari sumber-sumber seperti penelitian sebelumnya, Badan Pusat Statistik (BPS), Undang-Undang (UU), serta buku dan jurnal yang relevan dengan topik penelitian.

Data yang telah diperoleh dari hasil wawancara dan observasi diolah secara deskriptif untuk menilai persepsi para pelaku usaha terhadap layanan sertifikasi halal. Selanjutnya, data juga dianalisis melalui analisis SWOT untuk memformulasikan strategi pengembangan usaha. Analisis dilakukan menggunakan Matriks IFAS dan EFAS untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang relevan. Selanjutnya, Matriks SWOT digunakan untuk menentukan strategi prioritas dalam pengembangan usaha *marine product*, berbasis ekonomi biru untuk menunjang perkembangan ekonomi lokal di Desa Lontar. Hasiholan *et al.* (2021) mengungkapkan bahwa, tahap menentukan strategi dengan menggabungkan analisis IFAS dan EFAS, selanjutnya dilakukan analisis SWOT yang terdiri dari kekuatan (*Strengths*), kelemahan (*Weakness*), peluang (*Opportunities*), dan ancaman (*Threats*).

1. Matriks Internal Strategic Factor Analysis Summary (IFAS)

Pratiwi & Rohman (2023) mengungkapkan bahwa matriks IFAS digunakan untuk mengidentifikasi faktor-faktor internal yang relevan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

- Mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan perusahaan dalam kolom 1.
- Memberikan bobot pada setiap faktor dengan skala 1.0 hingga 0.0, sesuai dengan pengaruhnya terhadap posisi strategis perusahaan. Total bobot tidak boleh melebihi 1,00.
- Memberikan *rating* 1 hingga 4 untuk menilai setiap faktor. *Rating* mengacu pada perusahaan, sementara bobot mengacu pada industri perusahaan.
- Mengalikan bobot dengan *rating* untuk mendapatkan *score*.
- Menghitung jumlahkan *total score* dari setiap variabel.
- Total rata-rata berkisar antara 1,0 hingga 4,0, dengan rata-rata sekitar 2,5. Skor di bawah 2,5 menunjukkan kelemahan internal perusahaan, sementara skor di atas 2,5 menandakan kekuatan internal yang kuat.

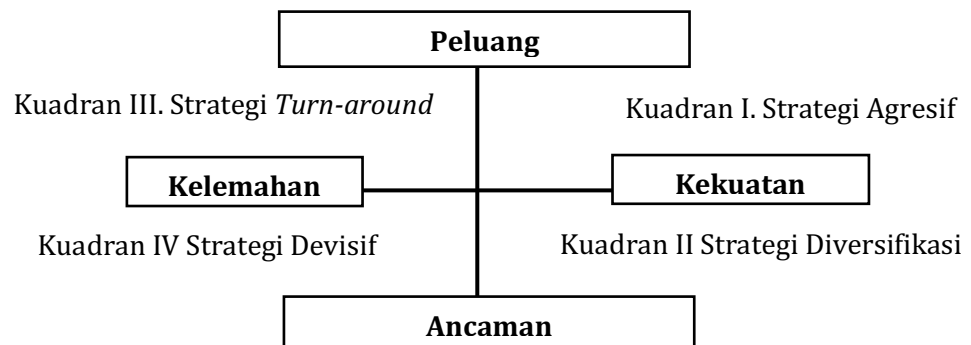
2. Matriks External Factors Analysis Strategy (EFAS)

Matriks EFAS menurut Pratiwi & Rohman (2023) digunakan untuk merumuskan faktor-faktor eksternal yang relevan dengan langkah sebagai berikut:

- Menentukan peluang dan ancaman yang ada.
- Memberi bobot pada setiap faktor, mulai dari 1,0 hingga 0,0. Bobot ini mencerminkan dampak faktor-faktor tersebut terhadap strategi perusahaan, dengan total bobot harus sama dengan 1,0.
- Memberikan *rating* pada setiap faktor dengan skala 1 hingga 4, berdasarkan efektivitas strategi perusahaan. *Rating* ini mencerminkan respons perusahaan terhadap faktor-faktor tersebut.
- Melakukan pengalihan pada bobot dengan *rating* untuk mendapatkan *score*.
- Menjumlahkan semua *score* untuk mendapatkan *total score* perusahaan, yang menunjukkan bagaimana perusahaan merespons faktor-faktor eksternal.

3. Analisis SWOT

Rangkuti (2018) mengungkapkan bahwa penilaian pada semua kelemahan, kekuatan, ancaman dan peluang pada seseorang ataupun usaha. Setelah dilakukan SWOT maka dilakukan kuadran, yang mana ada empat kelompok kuadran sebagai berikut: 1) Kuadran I, yang memiliki karakteristik positif di kedua variabel, menggambarkan situasi yang menguntungkan bagi perusahaan dengan peluang dan kekuatan yang seimbang; 2) Kuadran II, yang memiliki karakteristik positif dan negatif, menunjukkan bahwa perusahaan menghadapi ancaman tetapi masih memiliki kekuatan internal; 3) Kuadran III, yang memiliki karakteristik negatif dan positif, memberikan kesempatan pasar yang luas bagi pengusaha meskipun mereka memiliki kelemahan internal; 4) Kuadran IV, yang memiliki karakteristik negatif di kedua variabel, merupakan posisi yang paling merugikan dimana perusahaan menghadapi ancaman dan kelemahan internal secara bersamaan.



Gambar 1. Kuadran SWOT

Sumber: Rangkuti, 2018

Tabel 1. Matriks SWOT

Sumber : Rangkuti, 2018

EFAS \ IFAS	STRENGTHS (S) - Penentuan Faktor Kekuatan internal	WEAKNESSES (W) - Penentuan Faktor Kelemahan
OPPORTUNITIES (O) - Penentuan unsur eksternal peluang	STRATEGI (SO) - Penentuan strategi yang mengoptimalkan kekuatan di dalam memanfaatkan peluang	STRATEGI (WO) - Hasilkan suatu strategi agar kelemahan dapat diminimalkan melalui optimalisasi peluang
THREATS (T) - Penentuan Faktor eksternal ancaman	STRATEGI (ST) - Gunakan strategi yang memanfaatkan kekuatan dalam rangka mengendalikan ancaman	STRATEGI (WT) - Strategi yang dipilih adalah yang mengendalikan kelemahan dan ancaman.

Pengembangan usaha *Marine product* berbasis ekonomi biru dalam mendukung perkembangan ekonomi lokal dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik internal maupun eksternal yang mempengaruhi lingkungan usaha. Istiqomah & Andriyanto (2018) mengungkapkan bahwa, pentingnya melakukan analisis yang sistematis terhadap kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*) organisasi, serta peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) dari lingkungan, sebagai dasar untuk merumuskan strategi pengembangan usaha yang efektif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Persepsi Pelaku Usaha *Marine product* Berbasis Konsep Ekonomi Biru dalam Pengembangan Ekonomi Lokal

Pembangunan ekonomi biru merupakan bagian penting dari upaya mencapai pembangunan yang berkelanjutan. Hal ini menjadi sangat penting ketika *stakeholder*, pemerintah, dan organisasi internasional memiliki program pembangunan ekonomi biru yang kuat, yang berfokus pada pengembangan ekonomi lokal masyarakat (Darajati, 2023). Berdasarkan hasil wawancara pada pelaku usaha diketahui bahwa sebagian besar pelaku usaha memperhatikan berbagai aspek yang berkaitan dengan pembangunan ekonomi lokal, pemasaran dan keberlanjutan lingkungan dan usaha. Para pelaku usaha juga telah mempertimbangkan keberlanjutan sumber daya yang mereka manfaatkan dalam usaha mereka.

Konsep ekonomi biru juga telah dipahami dan disadari sebagai hal yang penting dalam pengelolaan sumber daya laut secara berkelanjutan. Mereka juga menyadari bahwa penggunaan sumber daya laut yang berkelanjutan tidak hanya mendukung ekonomi lokal saat ini, tetapi juga memastikan bahwa sumber daya tersebut tetap tersedia untuk generasi mendatang. Salah satu implementasi konsep ekonomi biru di Kelompok Usaha Tani Hutan Mangrove adalah peningkatan nilai tambah dan daya saing produk melalui diversifikasi produk laut, seperti sirop, kripik stik, dan dodol. Kegiatan tersebut perlu dikembangkan lebih lanjut agar dapat memberikan kontribusi pada pertumbuhan ekonomi Desa Lontar dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat.

Persepsi Pelaku Usaha Terhadap Layanan Sertifikasi Halal *Marine product*

Sertifikasi halal menjadi salah satu upaya pengembangan usaha yang perlu dilakukan bagi pelaku usaha rumah tangga. Sertifikasi halal menjadi legalitas usaha yang perlu dimiliki suatu usaha untuk meningkatkan area pemasarannya. Persepsi pelaku usaha terhadap layanan sertifikasi halal perlu diketahui sebagai informasi dasar dalam meningkatkan kualitas layanan sertifikasi halal di Desa Lontar sehingga dapat mendorong pertumbuhan ekonomi biru yang berkelanjutan.

Berdasarkan hasil observasi diketahui bahwa keseluruhan produk dari pelaku usaha *marine product* di Desa Lontar belum tersertifikasi halal. Hal ini disebabkan karena kurangnya pengetahuan dan dukungan dari instansi terkait ataupun pemerintah dalam memfasilitasi program sertifikasi halal pada Kelompok Usaha Tani "Hutan Mangrove". Belum adanya pelatihan atau akses untuk melakukan

sertifikasi halal juga menjadi penyebab produk para pelaku usaha belum tersertifikasi halal. Sebagian pelaku usaha memiliki pemikiran bahwa sertifikasi halal adalah proses yang rumit dan membutuhkan biaya sehingga selama ini proses sertifikasi halal belum dilakukan.

Meskipun begitu, berdasarkan hasil wawancara diketahui bahwa pelaku usaha menyadari pentingnya memiliki sertifikasi halal, untuk dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk mereka, yang pada gilirannya dapat meningkatkan loyalitas konsumen dan memperluas pangsa pasar. Sertifikasi halal menjadi salah satu faktor penting untuk memasuki pasar-pasar global dan industri yang menuntut standar kehalalan tertentu. Penelitian Destarni & Qomariyah (2023) juga menunjukkan bahwa pelaku UMKM berkeinginan agar produk yang dihasilkan bisa bersaing dikancah nasional bahkan global, karena UMKM tersebut sudah memiliki konsumen yang sadar akan produk yang tersertifikasi halal. Dengan memahami pentingnya sertifikasi halal, pelaku usaha dapat melihatnya sebagai strategi untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing produk laut Desa Lontar di pasar internasional.

Strategi Pengembangan Usaha *Marine product* Berbasis Ekonomi Biru Dalam Menunjang Perkembangan Ekonomi Lokal

Ekonomi Biru merupakan kegiatan yang berperan besar dalam industri kelautan dan perikanan dengan menggunakan inovasi berkelanjutan yang didasarkan pada sistem alam, tanpa merusak lingkungan. Konsep Ekonomi Biru mencakup pertumbuhan ekonomi berbasis kelautan dengan melibatkan semua aspek untuk mencapai stabilitas regional suatu negara. Hal ini melibatkan pengembangan industri yang berfokus pada inovasi dan kreativitas sumber daya yang dimiliki, dengan memperhatikan sistem ekonomi lingkungan yang ramah lingkungan dan sesuai dengan perkembangan perekonomian yang berkelanjutan (Puspitasari *et al.* 2023).

1. Matriks *Internal Strategic Factor Analysis Summary (IFAS)* dan Matriks *Eksternal Strategic Analysis Summary (EFAS)*

Pengembangan *marine product* dalam menunjang perkembangan ekonomi lokal berkaitan erat dengan konsep Ekonomi Biru. Hal ini karena adanya pemanfaatan potensi sumber daya laut secara berkelanjutan dan mengintegrasikan inovasi serta kreativitas dalam proses produksi. Industri *marine product* ini dapat menjadi salah satu pilar utama dalam pertumbuhan ekonomi lokal di Desa Lontar.

Hasil analisis faktor-faktor internal dalam strategi Pengembangan *marine product* dalam menunjang perkembangan ekonomi lokal berkaitan erat dengan konsep Ekonomi Biru dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Matriks IFAS dalam Strategi Pengembangan *Marine product* dalam Menunjang Perkembangan Ekonomi Lokal Berkaitan Erat dengan Konsep Ekonomi Biru di Desa Lontar

Sumber: Data Primer Diolah, Tahun 2024

Faktor-Faktor Internal Utama	Bobot	Peringkat	Skor Bobot
Kekuatan			
1. Ketersediaan Sumber Daya Laut sebagai Bahan Baku	0,17	3	0,50
2. Kemampuan Pelaku Usaha dalam Inovasi dan Diversifikasi Produk berbasis <i>Marine Product</i>	0,11	2	0,22
3. Infrastruktur pendukung produksi yang cukup memadai	0,11	2	0,22
4. Kemitraan yang baik dengan pihak-pihak lokal, seperti kelompok nelayan dan pengusaha <i>marine product</i>	0,17	2	0,33
Kelemahan			
1. Keterbatasan akses terhadap modal dan pembiayaan untuk pengembangan usaha	0,11	3	0,33
2. Kurangnya pemahaman tentang pasar <i>marine product</i> yang dihasilkan	0,22	4	0,89
3. Keterbatasan dalam manajemen dan pengembangan usaha di tingkat lokal	0,11	2	0,22
Total	1,00	18	2,72

Tabel 2 menunjukkan bahwa aspek internal dengan skor tertinggi adalah ketersediaan sumber daya laut sebagai bahan baku, dengan skor bobotnya sebesar 0.53, yang merupakan kekuatan dalam pengembangan *Marine product* dalam menunjang perkembangan ekonomi lokal berbasis ekonomi biru di Desa Lontar, sedangkan kelemahan terbesar adalah kurangnya pemahaman tentang pasar *marine product* yang dihasilkan dengan skor bobot mencapai skor 0,89.

Tabel 3. Matriks EFAS dalam Strategi Pengembangan *Marine product* dalam Menunjang Perkembangan Ekonomi Lokal Berkaitan Erat dengan Konsep Ekonomi Biru di Desa Lontar

Sumber: Data Primer Diolah, Tahun 2024

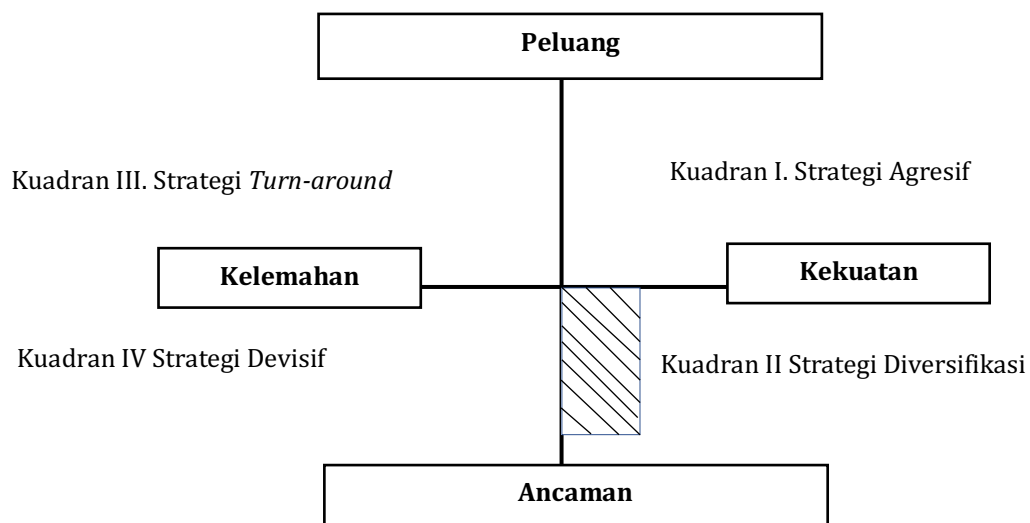
Faktor-Faktor Eksternal Utama	Bobot	Peringkat	Skor Bobot
Peluang			
1. Peluang untuk diversifikasi <i>marine product</i>	0,13	2	0,27

2. Dukungan pemerintah dan lembaga terkait untuk pengembangan ekonomi biru di daerah pesisir.	0,20	3	0,60
3. Akses kepada pelatihan dan pendidikan untuk peningkatan keterampilan tenaga kerja lokal	0,13	2	0,27
Ancaman			
1. Persaingan yang ketat dari produsen <i>marine product</i> lainnya	0,20	3	0,60
2. Ketergantungan pada faktor-faktor yang tidak dapat dikontrol, seperti cuaca buruk atau perubahan iklim.	0,13	2	0,27
3. Risiko perubahan regulasi terkait lingkungan dan sertifikasi halal yang dapat mempengaruhi produksi dan distribusi.	0,20	2	0,40
Total	1,00	14	2,40

Tabel 3 menunjukkan bahwa aspek eksternal yang menjadi peluang tertinggi dengan skor tertinggi adalah dukungan pemerintah dan lembaga terkait untuk pengembangan ekonomi biru dengan skor bobot 0,60, sedangkan ancaman terbesar adalah persaingan yang ketat dari produsen *marine product* lainnya, dengan skor bobot mencapai skor 0,60.

2. Kurva Matriks IE

Berdasarkan Matriks IE, jumlah skor bobot IFAS pada sumbu X adalah 2,72, sedangkan jumlah skor bobot EFAS pada sumbu Y adalah 2,40. Berdasarkan hasil kedua skor IFAS dan EFAS tersebut, strategi pengembangan *marine product* untuk mendukung perkembangan ekonomi lokal yang berbasis ekonomi biru di Desa Lontar terletak di kuadran II, yang menunjukkan strategi diversifikasi.



Gambar 2. Kurva Matrik IE

Sumber: Data Primer Diolah, 2024

Berdasarkan Matriks IE, jumlah skor bobot IFAS pada sumbu X mencapai 2,72, sementara jumlah skor bobot EFAS pada sumbu Y adalah 2,40. Dari hasil kedua skor IFAS dan EFAS tersebut, strategi pengembangan *marine product* untuk mendukung perkembangan ekonomi lokal yang berbasis ekonomi biru di Desa Lontar ditempatkan di kuadran II, menunjukkan strategi Diversifikasi. Analisis Matriks IE pada Kuadran II menggambarkan adanya kekuatan internal, namun juga menghadapi ancaman eksternal. Meskipun demikian, posisi ini memberikan peluang untuk mengoptimalkan kekuatan internal dan merespons ancaman eksternal dengan mengembangkan strategi diversifikasi pada usaha.

3. Analisis Matriks SWOT

Setiap elemen yang membentuk strategi pengembangan berdasarkan Matriks SWOT dapat dipilah secara rinci sebagai berikut: Pertama Kekuatan (S) merupakan sumber daya internal yang memberikan keunggulan kompetitif. Kedua, Kelemahan (W) merujuk pada faktor internal yang menghambat kemampuan atau kinerja organisasi. Ketiga, Peluang (O) adalah situasi eksternal yang dapat dimanfaatkan untuk mencapai tujuan strategis. Terakhir, Ancaman (T) mewakili faktor-faktor eksternal yang dapat menimbulkan risiko atau mengancam pencapaian tujuan organisasi, dan biasanya sulit untuk dihindari (Widiati, S., Hasan, Z. M., & Syarif, R. 2024).

Berdasarkan hasil identifikasi kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*), maka dapat disusun matriks SWOT, seperti yang terdapat pada Tabel 4.

Tabel 4. Analisis SWOT Pengembangan *Marine product* untuk Mendukung Perkembangan Ekonomi Lokal yang Berbasis Ekonomi Biru di Desa Lontar

Sumber: Data Primer Diolah, 2024

IFAS	Kekuatan (S)	Kelemahan(W)
EFAS	<ol style="list-style-type: none"> 1) Ketersediaan Sumber Daya Laut sebagai Bahan Baku 2) Kemampuan Pelaku Usaha dalam Inovasi dan Diversifikasi Produk berbasis <i>Marine product</i> 3) Infrastruktur pendukung produksi yang cukup memadai 4) Kemitraan yang baik dengan pihak-pihak lokal, seperti kelompok nelayan 	<ol style="list-style-type: none"> 1) Keterbatasan akses terhadap modal dan pembiayaan untuk pengembangan usaha 2) Kurangnya pemahaman tentang pasar <i>marine product</i> yang dihasilkan 3) Keterbatasan dalam manajemen dan pengembangan

	dan pengusaha <i>marine product</i>	usaha di tingkat lokal
<p>Peluang (O)</p> <p>1) Peluang untuk diversifikasi <i>marine product</i></p> <p>2) Dukungan pemerintah dan lembaga terkait untuk pengembangan ekonomi biru</p> <p>3) Akses kepada pelatihan dan pendidikan untuk peningkatan keterampilan tenaga kerja lokal</p>	<p>Strategi S-O</p> <p>1) Ketersediaan Sumber Daya Laut sebagai Bahan Baku produksi menjadi peluang untuk diversifikasi <i>marine product</i> dalam mendukung pengembangan ekonomi lokal berbasis ekonomi biru di Desa Lontar (S1, O1).</p> <p>2) Infrastruktur pendukung produksi yang cukup memadai, adanya sistem kemitraan yang baik dengan pihak-pihak lokal, seperti kelompok nelayan dan pengusaha <i>marine product</i>, dan adanya dukungan pemerintah, swasta, dan lembaga terkait untuk pengembangan ekonomi biru di Desa Lontar (S3, S4, O2).</p> <p>3) Kemampuan Pelaku Usaha dalam Inovasi dan Diversifikasi Produk berbasis <i>Marine product</i>, yang didukung oleh pemerintah dan swasta dan pihak yang memang terlibat dalam pengembangan ekonomi biru di Desa Lontar, salah satu kegiatan yang sering dilakukan dalam pengembangannya adalah pelatihan dan pendidikan untuk peningkatan keterampilan tenaga kerja lokal (S2, O3)</p>	<p>Strategi W-O</p> <p>1) Menggunakan peluang diversifikasi <i>marine product</i> untuk menarik investor dan memperluas akses terhadap modal dan pembiayaan untuk pengembangan usaha (W1, O1)</p> <p>2) Memanfaatkan dukungan pemerintah dan lembaga terkait untuk pengembangan ekonomi biru sebagai peluang untuk meningkatkan pemahaman tentang pasar <i>marine product</i> yang dihasilkan dan memperkuat manajemen dan pengembangan usaha di tingkat lokal (W3, W2, O1,O3)</p> <p>3) Memanfaatkan akses kepada pelatihan dan pendidikan untuk peningkatan keterampilan tenaga kerja lokal dalam mengelola dan mengembangkan</p>

		usaha <i>marine product</i> , sehingga dapat mengatasi keterbatasan dalam manajemen dan pengembangan usaha di tingkat lokal (W3, O3)
Ancaman (T)	Strategi S-T	Strategi W-T
<p>1) Persaingan yang tinggi dari produsen <i>marine product</i> lainnya</p> <p>2) Ketergantungan pada faktor-faktor yang tidak dapat dikontrol, seperti cuaca buruk atau perubahan iklim</p> <p>3) Risiko perubahan regulasi terkait lingkungan dan sertifikasi halal yang dapat mempengaruhi produksi dan distribusi</p>	<p>1) Memanfaatkan keunggulan ketersediaan sumber daya laut dengan lebih efisien dan berkelanjutan dalam pengembangan <i>marine product</i>, dengan mengoptimalkan keterampilan pelaku usaha dalam diversifikasi produk. Hal ini dapat dilakukan untuk menanggulangi adanya risiko perubahan regulasi terkait lingkungan dan sertifikasi halal yang dapat mempengaruhi produksi dan distribusi jika produk sudah dalam skala besar dan dipasarkan secara luas (S1,S2,T3)</p> <p>2) Infrastruktur pendukung produksi yang cukup memadai, selain itu adanya Kemitraan yang baik dengan pihak-pihak lokal, seperti kelompok nelayan dan pengusaha <i>marine product</i>, hal ini dapat digunakan untuk menanggulangi persaingan produk dan dapat mengurangi ketergantungan pada faktor-faktor yang tidak</p>	<p>1) Meningkatkan diversifikasi produk untuk menonjolkan keunggulan kompetitif yang unik, seperti kualitas produk yang lebih baik, harga yang lebih bersaing, atau layanan purna jual yang lebih baik (W3, T1)</p> <p>2) Mengembangkan sistem manajemen risiko yang kuat untuk mengurangi dampak dari faktor-faktor tidak terkendali tersebut, seperti diversifikasi portofolio produk, cadangan stok, atau asuransi usaha (T2, W2, W3).</p>

	dapat dikontrol, seperti cuaca buruk atau perubahan iklim (S3, T2)	
--	--	--

Rekomendasi strategi pengembangan *marine product* untuk mendukung perkembangan ekonomi lokal yang berbasis ekonomi biru di Desa Lontar dari matriks SWOT sebagai berikut:

1. **Strategi S-O (Kekuatan – Peluang):** Strategi S-O yang dirumuskan dalam matriks SWOT untuk pengembangan *marine product* untuk mendukung perkembangan ekonomi lokal yang berbasis ekonomi biru di desa lontar sebagai berikut:
 - **Memanfaatkan Ketersediaan Sumber Daya Laut:** Mendorong diversifikasi produk marine dengan memanfaatkan ketersediaan sumber daya laut sebagai bahan baku. Hal ini dapat memperkuat ekonomi lokal berbasis ekonomi biru di Desa Lontar (S1, O1).
 - **Mengoptimalkan Infrastruktur dan Kemitraan Lokal:** Memanfaatkan infrastruktur pendukung produksi yang memadai serta memperkuat kemitraan dengan pihak-pihak lokal seperti kelompok nelayan dan pengusaha *marine product*. Dukungan dari pemerintah, swasta, dan lembaga terkait dapat dioptimalkan untuk mendukung pengembangan ekonomi biru di Desa Lontar (S3, S4, O2).
 - **Meningkatkan Kemampuan Inovasi Pelaku Usaha:** Mengembangkan kemampuan inovasi dan diversifikasi produk marine berbasis *Marine product* oleh pelaku usaha. Program pelatihan dan pendidikan yang didukung oleh pemerintah, swasta, dan pihak terlibat dapat meningkatkan keterampilan tenaga kerja lokal dan mendukung pengembangan ekonomi biru di Desa Lontar (S2, O3).
2. **Strategi W-O (Kekuatan – Peluang):** Strategi S-O yang dirumuskan dalam matriks SWOT untuk pengembangan *marine product* untuk mendukung perkembangan ekonomi lokal yang berbasis ekonomi biru di desa lontar:
 - **Menarik Investor melalui Diversifikasi Produk:** Menggunakan peluang diversifikasi *marine product* untuk menarik investor dan memperluas akses terhadap modal dan pembiayaan untuk pengembangan usaha. Diversifikasi produk dapat menjadi strategi untuk memperkuat keberadaan usaha dan mendukung perkembangan ekonomi lokal berbasis ekonomi biru (W1, O1).
 - **Memperkuat Pemahaman Pasar dan Manajemen Usaha:** Memanfaatkan dukungan pemerintah dan lembaga terkait untuk pengembangan ekonomi biru sebagai peluang untuk meningkatkan pemahaman tentang pasar *marine product* yang dihasilkan. Hal ini juga dapat memperkuat manajemen dan pengembangan usaha di tingkat lokal (W3, W2, O1, O3).
 - **Peningkatan Keterampilan Tenaga Kerja Lokal:** Memanfaatkan akses kepada pelatihan dan pendidikan untuk meningkatkan keterampilan tenaga

kerja lokal dalam mengelola dan mengembangkan usaha *marine product*. Dengan demikian, dapat mengatasi keterbatasan dalam manajemen dan pengembangan usaha di tingkat lokal (W3, O3).

3. **Strategi S-T (Kekuatan – Peluang):** Strategi S-O yang dirumuskan dalam matriks SWOT untuk pengembangan *marine product* untuk mendukung perkembangan ekonomi lokal yang berbasis ekonomi biru di desa lontar sebagai berikut:

- **Mengoptimalkan Pemanfaatan Sumber Daya Laut:** Manfaatkan keunggulan ketersediaan sumber daya laut dengan lebih efisien dan berkelanjutan dalam pengembangan *marine product*. Dengan mengoptimalkan keterampilan pelaku usaha dalam diversifikasi produk, dapat mengurangi dampak dari risiko perubahan regulasi terkait lingkungan dan sertifikasi halal yang dapat mempengaruhi produksi dan distribusi produk dalam skala besar dan pemasaran yang luas (S1, S2, T3).
- **Memperkuat Infrastruktur dan Kemitraan Lokal:** Tingkatkan infrastruktur pendukung produksi yang memadai dan manfaatkan kemitraan yang baik dengan pihak-pihak lokal, seperti kelompok nelayan dan pengusaha *marine product*. Hal ini dapat membantu menanggulangi persaingan produk dan mengurangi ketergantungan pada faktor-faktor yang tidak dapat dikontrol, seperti cuaca buruk atau perubahan iklim (S3, T2).

4. **Strategi W-T (Kekuatan – Peluang):** Strategi S-O yang dirumuskan dalam matriks SWOT untuk pengembangan *marine product* untuk mendukung perkembangan ekonomi lokal yang berbasis ekonomi biru di desa lontar sebagai berikut:

- **Meningkatkan Diversifikasi Produk:** Diversifikasi produk untuk keunggulan kompetitif, seperti kualitas, harga bersaing, dan layanan purna jual. Ini membantu menghadapi persaingan ketat dengan produsen lainnya (W3, T1).
- **Pengembangan Sistem Manajemen Risiko:** Mengembangkan sistem manajemen risiko yang kuat untuk mengurangi dampak dari faktor-faktor tidak terkendali, seperti diversifikasi portofolio produk, cadangan stok, atau asuransi usaha. Ini dapat membantu mengurangi ketergantungan pada faktor-faktor yang tidak dapat dikontrol, seperti cuaca buruk atau perubahan iklim, serta mengatasi risiko perubahan regulasi terkait lingkungan dan sertifikasi halal yang dapat mempengaruhi produksi dan distribusi (T2, W2, W3).

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh beberapa kesimpulan, di antaranya para pelaku usaha *marine product* di Desa Lontar masih memiliki pengetahuan dan akses yang terbatas terhadap layanan sertifikasi halal sehingga sebagian pelaku

usaha memiliki persepsi bahwa layanan sertifikasi halal sebagai suatu proses yang rumit dan membutuhkan biaya. Namun, keseluruhan pelaku usaha telah memiliki kesadaran tentang pentingnya sertifikasi halal untuk peningkatan kualitas produk dan pangsa pasar.

Berdasarkan analisis SWOT diketahui strategi yang dapat direkomendasikan untuk pengembangan *marine product* dalam mendukung perkembangan ekonomi lokal berbasis ekonomi biru di Desa Lontar adalah berfokus pada pemanfaatan kekuatan internal dan peluang eksternal. Strategi S-O menekankan pada pemanfaatan ketersediaan sumber daya laut, infrastruktur pendukung produksi yang memadai, dan peningkatan kemampuan inovasi pelaku usaha. Selain itu, strategi W-O menyoroti pentingnya menarik investor melalui diversifikasi produk, peningkatan sistem pasar dan distribusi, serta meningkatkan keterampilan tenaga kerja lokal. Demikian pula, strategi S-T menekankan pada optimalisasi pemanfaatan sumber daya laut dan memperkuat infrastruktur pendukung produksi untuk mengatasi tantangan eksternal. Strategi W-T menekankan pada peningkatan diversifikasi produk dan pengembangan sistem manajemen risiko untuk menghadapi ancaman yang tidak terkendali. Penerapan strategi ini diharapkan mampu mendukung pengembangan *marine product* di Desa Lontar secara berkelanjutan, sekaligus memanfaatkan peluang yang ada di lingkungan eksternal.

Saran yang dapat diberikan untuk pelaku usaha *Marine product* di Desa Lontar adalah perlu adanya peningkatan pemanfaatan sumber daya laut dan infrastruktur serta kemitraan lokal, peningkatan dukungan keuangan dan pelatihan guna menarik investor dan meningkatkan keterampilan tenaga kerja lokal, peningkatan sistem pasar dan distribusi produk baik *online* maupun *offline* untuk menciptakan dan memperluas pangsa pasar, pengembangan sistem manajemen risiko juga harus diprioritaskan untuk menghadapi tantangan yang tidak terkendali seperti perubahan iklim dan regulasi produksi pangan salah satunya adalah sertifikasi halal.

DAFTAR PUSTAKA

- Daga, R., Hatta, M., Samad, A., Nawir, F., Sutanto, A., Soedarwo, V. S. D., & Ramadhan, R. I. (2023). Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Ekonomi Digital untuk Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Pulau Salemo Kabupaten Pangkep Sulawesi Selatan. *BEMAS: Jurnal Bermasyarakat*, 3(2).
- Darajati, M. R. (2023). Ekonomi Biru: Peluang Implementasi Regulasi Di Indonesia. *The Journalish: Social and Government*, 4(5), 41-53. <https://doi.org/10.55314/tsg.v4i5.599>.
- Destriarni, R.P & Qomariyah, N. (2023). Persepsi Pelaku UMKM Terhadap Kepemilikan Sertifikasi Halal Untuk Meningkatkan Daya Saing Produk UMKM Madura. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(3), 3858-3863.
- Hasiholan, L. B., Dheasey Amboningtyas, S. E., & Pambudy, A. P. (2021). Peranan Analisis SWOT Dalam Meningkatkan Daya Saing Pada Franchise Panganan

Ringan di Kota Semarang. Bandung: *Media Sains Indonesia*.
<https://doi.org/10.52643/jir.v15i1.4123>

Istiqomah, I. & Andriyanto, I. (2018). Analisis SWOT dalam Pengembangan Bisnis (Studi pada Sentra Jenang di Desa Kaliputu Kudus). *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 5(2), 363-382.<http://dx.doi.org/10.21043/bisnis.v5i2.3019>

Kecamatan Tirtayasa Dalam Angka (2023). Badan Pusat Statistik Kabupaten Serang 2023. Katalog: 1102001.3604270.

Maak, C. S., Muga, M. P. L., & Kiak, N. T. (2022). Strategi Pengembangan Ekowisata Terhadap Ekonomi Lokal Pada Desa Wisata Fatumnasi. *Oeconomicus Journal of Economics*, 6(2), 102-115.

Nurjannah, I. R., & Misbahuddin, S. (2023). Interest in History and its Implications on the Economy. *LAA MAISYIR : Jurnal Ekonomi Islam*, pp. 126–144. Available at: <https://doi.org/10.24252/lamaisyir.v10i2.41912>.

Pratiwi, A. M., & Rohman, A. (2023). Penerapan Strategi Digital Marketing dalam Meningkatkan Omset Dengan Pendekatan Analisis SWOT Perspektif Marketing Syariah Pada Toko Fihadaessie Surabaya. *Jesya; Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah*, 6(1), 881-898. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i1>.

Puspitasari, D., Chasanah, A. N., & Wardhani, M. F. (2023). Strategi Peningkatan Ketahanan Ekonomi Untuk Perikanan Berkelanjutan Berbasis Konsep Blue Economy. *Jurnal Praktik Akuntansi Modern*, 5(4).

Rangkuti, F. 2018. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Rosmiyati, R., Wibowo, A. S., & Saleh, K. (2022). Potensi Ekonomi Sumberdaya Mangrove Untuk Kesejahteraan Masyarakat Kampung Berangbang (Suatu Kasus Di Desa Lontar Kecamatan Tirtayasa Kabupaten Serang). *Jurnal Agribisnis Terpadu*, 15(1), 1-10.

Widiati, S. And Azkia, L. I. (2023). Strategi Pengembangan Usaha Dan Peran Sertifikasi Halal Produk Pangan Lokal UMKM Dalam Menunjang Ketahanan Pangan Tingkat Rumah Tangga. *Sebatik*, 27(1), Pp. 398–406. Doi: 10.46984/Sebatik.V27i1.2275. 187-196.

Widiati, S., Hasan, Z. M., & Syarif, R. (2024). Strategi Pengembangan Urban Farming Melalui Usahatani Hidroponik Berbasis Kemandirian Ekonomi Lokal. *JASc (Journal of Agribusiness Sciences)*, 8(1). <https://doi.org/10.30596/jasc.v8i1.19268>.