

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

1. UMKM pengolahan hasil perikanan yang belum tersertifikasi halal memiliki *Return On Investment* atau ROI lebih besar daripada UMKM pengolahan hasil perikanan yang bersertifikasi halal. Hal ini mengandung arti bahwa kemampuan UMKM pengolahan hasil perikanan yang belum tersertifikasi halal dengan keseluruhan dana yang ditanamkan dalam aktiva yang digunakan untuk operasional perusahaan guna menghasilkan keuntungan lebih baik daripada UMKM pengolahan hasil perikanan yang bersertifikasi halal.
2. UMKM non-sertifikasi halal memiliki nilai skor IFAS sebesar 0,73 dan skor EFAS sebesar 0,42 dan pada UMKM tersertifikasi halal diperoleh nilai skor IFAS sebesar 0,90 dan skor EFAS sebesar 0,85. Berdasarkan formulasi letak kuadran, strategi yang mendesak (strategi pertumbuhan) yaitu strategi yang didesain untuk mencapai pertumbuhan penjualan, pemanfaatan teknologi serta inovasi produk. Berdasarkan kuadran diatas, strategi mendesak pada kuadran I termasuk pada strategi *Stable growth strategy* (strategi pertumbuhan stabil), yaitu strategi pertumbuhan stabil dimana pengembangan dilakukan secara bertahap dengan target disesuaikan dengan kondisi, terletak antara peluang eksternal (O) dan kekuatan internal (S) suatu strategi untuk meningkatkan laju pertumbuhan pasar dengan waktu lebih cepat (tahun kedua lebih besar dari tahun pertama dan selanjutnya), peningkatan kualitas yang menjadi faktor kekuatan untuk memaksimalkan pemanfaatan semua peluang
3. Analisis Profitabilitas dari UMKM yang telah tersertifikasi Halal, SKP dan MD lebih rendah dibandingkan dengan yang belum tersertifikasi maka strategi yang tepat untuk UMKM yang belum tersertifikasi adalah strategi memanfaatkan program pemerintah untuk membentuk jaringan pemasaran, khususnya pembinaan oleh instansi terkait serta memanfaatkan teknologi untuk kegiatan promosi dan pemasaran. Sementara itu, strategi yang tepat untuk dilaksanakan

oleh UMKM yang tersertifikasi adalah strategi memanfaatkan program pemerintah untuk membentuk jaringan pemasaran, khususnya pembinaan oleh instansi terkait, melakukan inovasi kemasan yang menarik sesuai dengan gaya hidup masyarakat, sehingga kemasan dapat menjadi identitas produk serta ciri khas perusahaan, memanfaatkan program pemerintah untuk melakukan peningkatan kualitas produk, melakukan inovasi produk yang berkualitas sesuai dengan selera pasar.

5.2.Saran

1. Pemerintah, maupun instansi baik di daerah dan pusat terkait melakukan perluasan cakupan baik kemudahan perizinan, modal usaha, bantuan, pembinaan, maupun fasilitasi kepada UMKM yang ada, hal tersebut dapat berupa fisik maupun non-fisik. Secara fisik salah satunya berupa bantuan bedah UPI (Unit Pengolahan Ikan) bagi para pelaku UMKM agar unit pengolahan yang dimiliki dapat layak dan memenuhi standar yang berlaku. Secara non-fisik salah satunya berupa bantuan pendampingan yang dilakukan oleh Instansi Teknis Kementerian Kelautan dan Perikanan, Jakpreneur yang dilakukan oleh Pemda DKI Jakarta.
2. Memberikan sosialisasi/bimbingan teknis kepada pelaku usaha UMKM terkait dengan regulasi yang berlaku.
3. Pemerintah maupun instansi baik di daerah dan pusat membantu mempromosikan produk pelaku usaha UMKM melalui bazar dan pameran.
4. Pelaku usaha mikro yang belum mampu untuk melaksanakan pemenuhan standar keamanan pangan disarankan untuk membentuk kelompok agar dapat lebih efisien, produktif dan memudahkan pembinaan dan fasilitasi baik dari pemerintah maupun instansi setempat.