



Mendongkrak Nilai Jual Produk UMKM Desa Keseirejo Melalui Sertifikasi Halal dan Pemasaran Digital

Increasing The Selling Value of Keseseirejo Village MSME Products Through Halal Certification and Digital Marketing

Wulan Suryaningsih^{1*}, Ana Ristiana², Naily Himmatul Ulya³, Ika Rinanti⁴,
Hana Fahmilia⁵, Sigit Yudhatama Prawira⁶, Karimatul Khasanah⁷,

¹⁻⁷ UIN K.H. Abdurrahman Wahid, Pekalongan

wulansuryaningsih@mhs.uingusdur.ac.id

Article History:

Received: 30 Juni 2023

Revised: 30 Juli 2023

Accepted: 31 Agustus 2023

Keywords: MSME, Halal
Certification, Digital Marketing

Abstract: *One of the work programs of class 56 KKN students group 22 UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan is increasing the selling value of MSME products in Keseirejo Village through halal certification and digital marketing. The targets for this activity are MSMEs who produce processed food and beverage products. This research includes objectives that contribute to the development of MSMEs so they are able to compete in an increasingly competitive market. The method used in this research is a survey to collect data from a number of MSMEs on a wider scale and direct dissemination of explanations. Observations in this research were carried out directly by visiting and observing the operational conditions of MSMEs. The results of the research show that halal certification and labeling is a form of reform in the food and public consumption sector. Halal certification and digital marketing can improve the people's economy.*

Abstrak

Salah satu program kerja dari mahasiswa KKN angkatan 56 kelompok 22 UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan adalah peningkatan nilai jual produk UMKM Desa Keseirejo melalui sertifikasi halal dan pemasaran digital. Sasaran pada kegiatan ini adalah pelaku UMKM yang memiliki hasil produk berjenis olahan makanan dan minuman. Penelitian ini mencakup tujuan yang berkontribusi pada pengembangan UMKM agar mampu bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Metode yang dipakai dalam penelitian ini ialah survei untuk mengumpulkan data dari sejumlah UMKM dalam skala yang lebih luas dan sosialisasi penjelasan secara langsung. Observasi pada penelitian ini dilakukan secara langsung dengan mendatangi dan mengamati keadaan operasional UMKM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Sertifikasi dan labelisasi halal merupakan bentuk pembaharuan dalam sektor makanan dan konsumsi publik. Sertifikasi halal dan pemasaran digital dapat meningkatkan perekonomian masyarakat.

Kata Kunci: UMKM, Sertifikasi Halal, Pemasaran Digital

PENDAHULUAN

Dunia usaha saat ini berkembang sangat pesat. Dalam kehidupan sehari-hari, berbagai jenis bisnis dapat ditemukan. Siapapun yang mempunyai keinginan untuk melakukan hal tersebut dapat melakukan operasi komersial, yang dapat menjadi peluang untuk menjalani kehidupan yang lebih baik (Rahmadani, 2019). Warga Desa Kesesirejo di Kecamatan Bodeh, Kabupaten Pemalang, bisa menjadi contoh. Terdapat sekitar 200 pelaku UMKM di desa tersebut, persentase yang cukup besar untuk desa yang sebagian besar warganya berprofesi sebagai pelaku UMKM.

UMKM merupakan salah satu kekuatan ekonomi yang memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan perekonomian masyarakat Indonesia. Berdasarkan Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 90 Tahun 1998, sebagian besar sektor usaha berukuran kecil dan memerlukan perlindungan untuk menghindari persaingan tidak sehat. Usaha kecil merupakan salah satu komponen kegiatan perekonomian rakyat skala kecil.

Industri pangan dan konsumsi masyarakat umum terkena dampak dari perkembangan zaman yang terjadi. Makanan yang berlabel halal sudah tersedia di masyarakat dalam hal makan halal. Karena Islam juga mengatur masalah pangan dengan adanya kaidah pangan halal dan pangan haram, maka pemberian label dan sertifikasi halal yang sebelumnya tidak ada, kini dipandang mendesak untuk menumbuhkan keyakinan, kepercayaan, dan kepastian terhadap bahan pangan yang dikonsumsi, khususnya bagi masyarakat. seorang muslim. (Hidayatullah, 2020). Pemerintah menawarkan berbagai inisiatif, salah satunya adalah program sertifikasi halal. Salah satu keuntungan bagi pelaku UMKM untuk menghasilkan produk yang memenuhi ketentuan halal dan bersertifikat adalah program ini. Upaya ini dilakukan untuk mendukung para pelaku UMKM dan mendorong mereka mengiklankan barang dagangannya secara lebih luas. Selain itu, sertifikasi halal dapat meningkatkan nilai suatu produk sehingga mampu bersaing dengan barang sejenis. Untuk membantu pelaku usaha UMKM, pemerintah memperkenalkan skema sertifikasi halal gratis. Inisiatif ini dilakukan para pelaku UMKM melalui kegiatan pendampingan dan fasilitasi. Namun banyak UMKM yang bingung bagaimana proses sertifikasi halal ini dilaksanakan. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk mempelajari kelebihan dan kekurangan sertifikasi halal serta sejauh mana sertifikasi halal produk makanan dan minuman UMKM di Desa Kesesirejo Kecamatan Bodeh Kabupaten Pemalang telah memungkinkan penerapan jaminan produk halal.

Selain itu, para pelaku usaha harus mampu menyesuaikan diri dengan kemajuan teknologi yang sangat pesat, salah satunya adalah teknologi digital di zaman yang serba canggih saat ini. Namun, mayoritas UMKM kesulitan memanfaatkan teknologi digital.

Pendidikan dan kurangnya pemahaman teknologi menjadi dua faktor yang menghambat UMKM memanfaatkan pemasaran digital secara maksimal. Salah satu strategi untuk mendorong UMKM menuju digitalisasi agar pemasaran dan kinerjanya meningkat adalah melalui sosialisasi mengenai pemasaran digital. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis adanya sertifikasi halal dan juga digital marketing dalam mendorong penjualan produk UMKM yang ada di Desa Kesesirejo, Kecamatan Bodeh, Kabupaten Pemalang.

KAJIAN TEORITIS

A. Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM)

a. Pengertian UMKM

Peraturan Pemerintah Nomor 44 Tahun 1997 tentang Kemitraan merupakan lanjutan dari ketentuan Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil, dimana pengertian UMKM sebagaimana diatur dalam Pasal 1 Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1995 sebagai berikut:

1. Usaha kecil adalah usaha ekonomi yang dilakukan oleh perseorangan yang lingkungannya sederhana dan memenuhi persyaratan hukum mengenai kepemilikan, kekayaan bersih, dan pendapatan penjualan tahunan.
2. Kegiatan ekonomi yang tergolong perusahaan menengah atau besar harus memenuhi standar kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan yang lebih tinggi dibandingkan usaha kecil.

b. Ciri-ciri usaha kecil adalah:

- 1) Kegiatan biasanya tidak memiliki rencana bisnis dan sifatnya tidak biasa
- 2) Pengaturan organisasinya mudah.
- 3) Jumlah pekerja dibatasi oleh pembagian kerja yang berubah-ubah.
- 4) Kebanyakan orang tidak membedakan antara kekayaan pribadi dan bisnis.
- 5) Mengurangi pengeluaran merupakan hal yang sulit karena skala ekonomi terlalu kecil dan sistem akuntansi yang buruk, yang kadang-kadang bahkan tidak memiliki sistem akuntansi.
- 6) Kapasitas pasar dan keragaman pasar biasanya terbatas
- 7) Margin keuntungannya sangat kecil.
- 8) Modal yang tidak mencukupi menghalangi perekrutan manajer yang berkualitas. Hal ini menyebabkan kekurangan manajerial, seperti dalam perencanaan, pemasaran, dan akuntansi.

c. Jenis-jenis UMKM

UMKM seringkali bergerak pada dua (dua) industri yaitu sektor barang dan jasa dan sektor industri. Sesuai dengan Keputusan Presiden Nomor 127 Tahun 2001, kategori industri dan usaha yang dapat diakses oleh usaha kecil dan menengah adalah sebagai berikut:

1. Sektor makanan dan minuman olahan, yang mengawetkan produk melalui metode kuno seperti penggaraman, pemanis, pengasapan, pengeringan, perebusan, penggorengan, dan fermentasi.
2. Industri pemurnian benang perkakas tangan, yang mengubah serat buatan menjadi benang bermotif atau diwarnai.
3. Industri tekstil meliputi kegiatan menenun, merajut, menyulam, membatik, dan menggunakan ATB atau alat-alat yang dioperasikan dengan tangan, seperti membatik, peci, peci, kopiah, dan lain-lain.
4. Pengolahan hasil hutan dan kebun golongan bukan pangan; Bahan bangunan atau rumah tangga, seperti bambu, nipah, sirap, arang, dan sabut; Sumber daya industri, seperti getah, kulit kayu, sutera alam, dan gambir.
5. Pemrosesan peralatan pemotongan dan pertukangan secara manual atau semi-manual.
6. Selain cangkul dan sekop, perkakas industri pertanian juga diperlukan untuk persiapan lahan, operasi produksi, pemanenan, pasca panen, dan pengolahan.
7. Produksi produk tanah liat mengkilap dan tanpa glasir untuk keperluan rumah tangga.
8. 8. Sektor jasa pemeliharaan dan perbaikan manual atau otomatis mencakup mobil, kapal di bawah 30 GT, elektronik, dan peralatan rumah tangga.
9. 9. Kekayaan budaya daerah, nilai estetika, dan bahan baku tiruan dan alam melimpah dalam usaha kerajinan (susie, suyadi, 2018).

B. Sertifikasi Halal Dan Label Halal

Meskipun sertifikasi halal dan pelabelan halal merupakan dua proses yang berbeda, namun keduanya saling berkaitan. Apabila produk yang diusulkan memenuhi kriteria produk halal, maka kegiatan sertifikasi halal akan menghasilkan penerbitan sertifikat halal. Pada kenyataannya, sertifikasi berfungsi sebagai pengakuan hukum formal bahwa produk tersebut memenuhi standar halal, sehingga memberikan ketenangan pikiran bagi konsumen saat mengonsumsinya. Sedangkan pelabelan halal adalah tindakan mencantumkan teks atau frasa yang menunjukkan status halal pada kemasan untuk menunjukkan bahwa produk yang bersangkutan memiliki status tersebut.

Menurut Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, pelaku usaha wajib menandai produk makanan dan minuman tidak halal apabila tidak halal (haram). Gambar dapat digunakan sebagai tanda; Misalnya di Bali, makanan dan minuman yang berbahan dasar daging babi ditandai dengan gambar babi. Karena mereka diwajibkan oleh undang-undang perlindungan konsumen untuk mengungkapkan bahan-bahan dalam produk makanan dan minuman, maka bisnis dianggap jujur.

Secara umum kebijakan sertifikasi produk halal dituangkan dalam peraturan terkait yaitu Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal dan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 31 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Undang-Undang. Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal—bertujuan untuk memberikan keamanan, kenyamanan, keselamatan, dan kepastian aksesibilitas. Tujuan tersebut tidak lain dapat dicapai kecuali melalui kerangka kemanfaatan, yang konsisten dengan pola konsumsi yang halal dan beretika hukum Islam (Hidayatullah, 2020).

C. Digital Marketing

Semua inisiatif pemasaran yang menggunakan perangkat yang terhubung ke internet dan berbagai media digital dengan tujuan berkomunikasi dengan calon pelanggan melalui saluran komunikasi online secara kolektif disebut sebagai pemasaran digital atau sekadar pemasaran digital. Strategi pemasaran digital adalah bidang pemasaran yang sedang berkembang yang memanfaatkan teknologi informasi.

Ide pemasaran sendiri menurut Santoso (2020) sebenarnya adalah proses perencanaan dan pelaksanaan pembentukan konsep, penetapan harga, penentuan strategi promosi, dan strategi distribusi atas ide, produk, dan jasa yang diberikan oleh suatu perusahaan untuk menciptakan kepuasan. pertukaran bagi pelanggan dan perusahaan, dimana hal ini dapat dicapai? Berdasarkan temuan analisis maka akan dilakukan proses perencanaan dan perumusan strategi mengenai kondisi pasar sasaran (penetapan harga, produk, metode promosi, perencanaan dan perumusan strategi), dilanjutkan dengan penerapan strategi dan pengendalian untuk memenuhi tujuan pemasaran yang telah ditentukan (Putri & Arif, 2023).

METODE PENELITIAN

Metode dalam penelitian ini yaitu metode survei, obesrvasi, wawancara, penyusunan panduan, kerjasama dengan badan sertifikasi halal, sosialisasi dan tindak lanjut program (Hikmawati, 2017). Penelitian ini dilakukan secara kolaboratif antara tim KKN Kelompok 22, badan sertikasi hala, serta dengan peserta yaitu pelaku UMKM yang berperan aktif dalam kegiatan sertifikasi halal dan digital marketing secara langsung. Untuk metode yang dilakukan pada penelitian ini adalah :

1. Survei

Survei dilakukan untuk mengumpulkan data dari sejumlah UMKM dalam skala yang lebih luas. Survei ini bertujuan untuk menentukan UMKM yang tepat sesuai dengan target yang telah ditentukan yaitu UMKM yang beroperasi dalam pengolahan produk makanan dan minuman agar dapat dilakukan sertifikasi halal. Survei disini kami lakukan dengan mencocokkan kembali data jumlah UMKM yang kami peroleh dari pihak Desa Keseseirejo dimana dari data tersebut terdapat 200 lebih jumlah UMKM yang ada namun tidak semuanya termasuk dalam kriteriatargetUMKM.

2. Observasi

Metode observasi menjadi alat yang berguna dalam pembuatan sertifikasi halal dan pemasaran digital pada UMKM. Observasi akan memungkinkan untuk melihat secara langsung bagaimana UMKM menjalankan praktik produksi mereka dan apakah mereka memenuhi standar yang diperlukan.

3. Wawancara

Wawancara adalah metode yang penting dalam pembuatan sertifikasi halal. Metode ini merupakan cara efektif untuk memahami praktik-praktik produksi UMK secara lebih mendalam, menganalisis pemahaman mereka tentang persyaratan halal, dan memberikan oedoman yang diperlukan. Dalam hal ini kami mempersiapkan daftar pertanyaan yang terstruktur dan dirancang untuk mencakup semua aspek yang relevan dengan program kerja kami yaitu sertifikasi halal dan digital marketing.

4. Kerjasama dengan badan sertifikasi halal

Untuk merealisasikan pembuatan sertifikasi halal dan penanaman digital mindset untuk pemasaran digital kami menjalin kerja sama dengan lembaga-lembaga yang berwenang dalam masalah sertifikasi halal agar mendapat kepastian bahwa sertifikasi yang nantinya diperoleh diakui secara hukum dan diterima konsumen. Serta pehaman mengenai praktik pemasaran digital yang diberikan juga sesuai kebutuhan pelaku usaha.

5. Sosialisasi dan tindak lanjut program

Selain menggunakan pendekatan konvensional, kami juga merancang sebuah kegiatan sosialisasi untuk UMKM secara langsung dengan menghadirkan narasumber yang mumpuni dibidangnya. Ini dapat membantu mereka memahami konsep-konsep sertifikasi halal dan digital marketing dengan cara yang lebih praktis. Setelah itu kami melakukan tindak lanjut kegiatan berupa mendaftarkan produk UMKm atau memfasilitasi mereka untuk melakukan pendaftaran kepada badan sertifikasi halal yang nantinya mereka didampingi oleh pendamping proses produk halal selama proses penerbitan sertifikat halal.

HASIL

UMKM atau singkatan dari usaha mikro kecil dan menengah mengalami peningkatan yang signifikan begitupula yang terjadi pada UMKM di Desa Kesesirejo Kecamatan Bodeh Kabupaten Pemalang. UMKM merupakan salah satu sektor penopang ekonomi masyarakat juga dalam perluasan perekonomian Indonesia. Sebab salah satu cara untuk meningkatkan lapangan kerja adalah dengan membina UMKM. Salah satu sektor andalan UMKM adalah pada produk makanan dan minuman. Sebab sektor makanan dan minuman merupakan usaha yang mudah bagi masyarakat dan merupakan kebutuhan pokok. Saat ini terdapat berbagai jenis usaha makanan dan minuman hampir di setiap daerah (D.Q. Alva Salam & Ahmad Makhtum, 2022).

Merupakan suatu kewajiban bagi semua manusia khususnya umat Islam untuk mengkonsumsi makanan dan minuman yang halal. Yang dimaksud dengan halal adalah suatu kaidah dalam hukum Islam yang menyatakan diperbolehkan atau dilarangnya sesuatu untuk dikonsumsi atau digunakan, yang ketentuannya tertera di dalam Al-Qur'an dan hadis. Standar dari kehalalan tidak hanya terlihat pada dzatnya saja, tetapi juga mengacu pada bahan yang digunakan, proses produksi, pengemasan dan proses pendistribusian produk tersebut ke konsumen. Oleh karena itu, sangat penting bagi pelaku UMKM untuk memperjelas kehalalan pada produknya. Hal tersebut dapat dilakukan melalui program sertifikasi halal.

Sertifikasi halal merupakan salah satu prosedur dalam beberapa tahapan pemeriksaan suatu produk untuk memberikan jaminan dan memenuhi standar halal. Tujuan dari sertifikasi halal adalah untuk memberikan kejelasan kehalalan pada suatu produk. Penetapan mengenai sertifikat halal suatu produk kini diatur dalam Undang-Undang No. 33 Tahun 2014 yang menjelaskan bahwa memberikan kejelasan mengenai kehalalan suatu produk adalah wajib. Dalam hal ini, pemerintah memberikan perhatian khusus terhadap penerapan jaminan produk halal bagi UMKM (Siti Khayisatuzahro Nur & Istikomah, 2021).

Adanya sertifikasi halal di Indonesia, tujuannya adalah untuk mengembangkan produk halal khususnya di sektor UMKM. Sebab, UMKM merupakan salah satu cabang perekonomian yang berkembang di masyarakat. UMKM berperan penting dalam membangun perekonomian, dimulai dari sektor kecil dan menengah. Jaminan produk halal pada UMKM mampu meningkatkan minat masyarakat terhadap produk UMKM.

Pelaku UMKM makanan dan minuman di Desa Keseseirejo Kecamatan Bodeh Kabupaten Pemalang sudah mulai memahami pentingnya sertifikasi halal. Sertifikasi halal dapat membuat konsumen tidak meragukan kehalalan produknya. Dengan adanya sertifikasi halal produsen yakin akan pengembangan produknya lebih lanjut. Selain itu, hadirnya label halal dapat menjadi nilai tambah bagi produk yang dipasarkan.

Dengan adanya hal ini anggota KKN kelompok 22 mengadakan kegiatan sosialisasi dan melakukan pendampingan sertifikasi halal untuk para pelaku UMKM Desa Keseseirejo. Proses pendampingan sertifikasi halal pada produk UMKM di Desa Keseseirejo ini dilakukan dengan mensurvey dan mengumpulkan data yang diperlukan untuk nantinya produk tersebut layak mendapat sertifikasi halal. Anggota KKN kelompok 22 melakukan pendampingan pada pelaku UMKM sampai mereka benar-benar mendapat sertifikasi halal pada produknya. Untuk kegiatan sosialisasi sendiri anggota KKN kelompok 22 melibatkan langsung halal center dari UIN KH Abdurrahman Wahid Pekalongan untuk memberikan materi terkait sertifikasi halal. Pada tanggal 03 Agustus 2023 sosialisasi ini dilakukan di Balai Desa Keseseirejo. Tujuan diadakannya sosialisasi ini adalah salah satunya guna untuk mendongkrak nilai tambah produk UMKM, meningkatkan daya saing pasar, serta dengan adanya sosialisasi ini membantu masyarakat dalam mengikuti aturan pemerintah untuk mempunyai sertifikasi halal sebelum tanggal 17 Oktober 2024.

Selain sertifikasi halal dalam kegiatan sosialisasi tersebut juga menjelaskan tentang digital marketing. Digital marketing kami masukkan dalam kegiatan sosialisasi dengan tujuan untuk membantu masyarakat dalam memasarkan produknya karena melihat sekarang teknologi semakin maju secara pesat, maka pelaku UMKM pun harus bisa mengikuti perkembangan tersebut dengan menjual produknya melalui aplikasi online. Dengan digital marketing ada beberapa manfaat yang didapat di antaranya yakni dapat meningkatkan nilai penjualan produk, lebih dekat dengan konsumen dan dapat meningkatkan pendapatan (Andy Prasetyo Wati, dkk, 2019).

A. Prosedur Kegiatan

Adapun beberapa prosedur kegiatan yang dilakukan dalam pembuatan sertifikasi halal dan pembentukan digital mindset kepada UMKM Desa Kesesirejo yang dikemas melalui bentuk kegiatan sosialisasi, antara lain :

1. Penyusunan rencana kerja



Gambar 1. Penyusunan Rencana Kegiatan dan Identifikasi Jenis UMKM

Prosedur penyusunan rencana dalam sosialisasi mengacu pada langkah-langkah yang harus diikuti untuk merencanakan dengan baik suatu kegiatan sosialisasi. Rencana ini berfungsi sebagai panduan untuk memastikan bahwa sosialisasi berjalan efektif dan efisien. Penyusunan rencana disini meliputi identifikasi UMKM yang akan menjadi target pada kegiatan sosialisasi, karena harus disesuaikan dengan sasaran dari pelaksanaan kegiatan yang mana kami memilah jenis UMKM yang memiliki usaha dengan jenis produknya dapat dilakukan sertifikasi halal dari sejumlah 200 lebih UMKM yang tercatat di bagian aset Desa, menentukan tujuan sosialisasi, serta pembuatan rencana kegiatan yang mencakup jadwal, materi, dan sumber daya yang dibutuhkan nantinya.

2. Berkoordinasi dengan pihak-pihak yang sudah profesional di bidang sertifikasi halal dan digital marketing



Gambar 2. Kegiatan Koordinasi Mengenai Pelaksanaan Program Kerja

Dalam kegiatan pengabdian yang bertujuan meningkatkan ekonomi

masyarakat, kami hendak menghadirkan narasumber-narasumber yang memang mumpuni dibidangnya sehingga apa yang nantinya dipaparkan memang suatu hal yang valid dan dapat dilaksanakan setelahnya. Pada langkah ini, kami melakukan riset terlebih dahulu mengenai identifikasi individu yang memiliki keahlian profesional dibidang sertifikasi halal dan digital marketing sesuai dengan tema besar kegiatan. Berhubung Dosen pembimbing kami merupakan bagian dari tim halal center yang ada di UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan yaitu ibu Dr. Karimatul Khasanah, M.S.I sehingga memudahkan kami dalam menggali informasi. Dimana yang kemudian kami diarahkan juga untuk menghubungi saudara Rasta Ari Sandra yang nantinya akan menjadi pendamping proses produk halal para UMKM. Selanjutnya kami juga menghubungi saudara Muhammad Alfansyah, S.Akun seorang pengusaha muda atau owner dari usaha konveksi hubbu garment untuk memberikan sosialisasi tentang digital marketing. Ketiganya merupakan narasumber yang memiliki potensi sesuai dengan tema kegiatan pengabdian kami. Setelah kami menghubungi para narasumber dan mereka telah bersedia. Kami menjadwalkan pertemuan awal untuk membahas rincian lebih lanjut yang kami lakukan baik melalui pertemuan secara langsung ataupun melalui telekonferensi.

3. Pendataan UMKM yang sudah diidentifikasi



Gambar 3. Pendataan UMKM yang Sudah Diidentifikasi Untuk Didaftarkan

Setelah ditentukannya kriteria UMKM yang akan menjadi target program kerja, kami menggunakan data yang sudah ada untuk membantu mengumpulkan informasi terbaru dan lebih lanjut tentang UMKM terkait. Saat kami melakukan penggalian informasi, kami juga melaksanakan tujuan utama kami yaitu menawarkan bantuan tenaga untuk membuat sertifikasi halal secara gratis yang dikeluarkan oleh BPJPH. Adapun apabila pelaku usaha berkenan dan menghendaki untuk dibuatkan, maka kami melanjutkan untuk meminta berkas-berkas yang dibutuhkan sebagai syarat pendaftaran

seperti dua foto KTP (sebagai pemilik dan sebagai saksi), identitas pemilik, informasi mengenai produk yang dijual, dan lain sebagainya.

4. Pelaksanaan kegiatan



Gambar 4. Foto Bersama Setelah Pelaksanaan Kegiatan

Pada tahap pelaksanaan kegiatan secara garis besar berisi dua sesi yaitu yang pertama sosialisasi mengenai sertifikasi halal dan yang kedua sosialisasi mengenai digital marketing. Pada sesi pertama diisi oleh Ibu Dr. Karimatul Khasanah, M.S.I yang memaparkan mengenai pentingnya sertifikasi halal bagi UMKM, narasumber memulai dengan peraturan perundang-undangan yang menjadi dasar kewajiban produk makanan dan minuman agar memiliki sertifikasi halal, selanjutnya narasumber menjelaskan pentingnya sertifikasi halal dalam industri makanan dan minuman, menyoroti manfaat sertifikasi halal seperti peningkatan kepercayaan konsumen dan akses ke pasar yang lebih luas, dan menyajikan data atau fakta yang releva untuk mendukung argumen. Adapun pada sesi ini juga diisi oleh saudara Rasta Ari Sandra selaku pendamping proses produk halal mengenai prosedur dan kemudahan membuat sertifikasi halal. Narasumber menjelaskan langkah-langkah konkret yang perlu diambil oleh UMKM untuk mendapatkan sertifikasi halal, menyertakan contoh proses aplikasi dan dokumen yang diperlukan, menjelaskan secara rinci agar peserta dapat mengklarifikasi prosedur dengan lebih spesifik.

Pada sesi yang kedua diisi oleh Saudara Muhammad Alfansyah, S.Akun. dengan presentasi mengenai konsep digital marketing, seperti target pasar, strategi konten, dan analitik, menyoroti peran penting digital marketing dalam meningkatkan visibilitas dan penjualan UMKM. Memberikan contoh konkret yang menggambarkan perbedaan antara pemasaran konvensional dan digital. Serta membangun mindset digital kepada para pelaku usaha, dan menegaskan bahwasannya sesuatu yang tidak

dimulai maka tidak akan menjadi apa-apa. Selain itu, narasumber juga mengenalkan alat-alat digital marketing seperti sosial media, website, dan iklan online. Narasumber menyajikan berbagai alat dan platform yang dapat digunakan oleh UMKM dalam digital marketing, seperti Facebook, Instagram, Website, Google Ads, dan lain sebagainya untuk kemudian dijelaskan mengenai panduan tentang cara menggunakan platform-platform tersebut. Tidak ketinggalan pula penekanan tentang pentingnya pemilihan alat yang sesuai dengan tujuan dan target pasar UMKM juga disampaikan. Yang terakhir narasumber membagikan studi kasus nyata dari UMKM yang telah berhasil dengan strategi digital marketing, menyoroti langkah-langkah yang mereka ambil, tantangan yang mereka hadapi, dan hasil yang mereka capai untuk memberikan inspirasi dan contoh konkret kepada peserta tentang bagaimana mereka dapat menerapkan digital marketing dalam usaha mereka sendiri.

Dari kedua sesi diatas, dilanjutkan dengan tahap diskusi dan pertanyaan dari peserta. Dalam tahap ini kami membuka sesi diskusi yang mana peserta dapat berbagi pengalaman atau kekhawatiran mereka terkait sertifikasi halal dan penerapan digital marketing yang kemudian narasumber akan menjawab pertanyaan dari peserta dan memberikan klarifikasi serta pemahaman yang lebih.

5. Tindak lanjut kegiatan



Gambar 5. Membantu UMKM dalam Proses Pengajuan Sertifikasi Halal

Setelah kami mendapatkan berkas persyaratan dari para UMKM industri makanan dan minuman yang berkenan untuk dibuatkan sertifikasi halal, tindak lanjut yang kami lakukan yaitu mengumpulkan dan mengorganisir dokumen-dokumen persyaratan tersebut agar tidak tercecer yang kemudian kami komunikasikan dengan Pendamping Produk Halal untuk diproses dan dilakukan pengajuan. Apabila ditemukan adanya temuan atau perbaikan yang diperlukan maka kami akan membantu menghubungi kembali UMKM yang bersangkutan.

6. Penyerahan berkas sertifikasi halal



Gambar 6. Penyerahan berkas sertifikat halal milik UMKM Desa Kesesirejo

Setelah dokumen persyaratan diproses serta melalui tahap perbaikan maka sertifikat halal yang telah diterbitkan sesuai dengan produk dan UMKM yang bersangkutan kami serahkan. Seremoni penyerahan bersamaan dengan kegiatan pelepasan tim KKN 56 Kelompok 22 pada hari Jum'at, 18 Agustus 2023 yang berlokasi di Balai Desa Kesesirejo. Setelah penyerahan kami juga memberikan dorongan untuk para UMKM dapat melakukan publikasi melalui media lokal ataupun platform online dalam pemasaran produk mereka. Kami juga tetap terbuka untuk pertanyaan atau masalah yang mungkin muncul setelah penyerahan sertifikat.

B. Analisis Pengaruh Sosialisasi Sertifikasi Halal Terhadap Perekonomian Masyarakat

Indonesia memiliki beragam produk di pasaran, baik barang produksi dalam negeri maupun impor luar negeri. Untuk memudahkan pelanggan dalam memilih barang halal, maka setiap barang tersebut perlu memiliki label halal. Oleh karena itu, sertifikasi dan pelabelan produk sangat penting untuk memberikan jaminan kehalalan barang kepada masyarakat, khususnya warga muslim (Afronyati, 2014). Meskipun sertifikasi dan pelabelan merupakan konsep yang terpisah, namun keduanya saling berkaitan.

Proses mendapatkan sertifikat halal melalui serangkaian inspeksi untuk menunjukkan bahwa bahan baku, prosedur produksi, dan sistem jaminan halal produk perusahaan mematuhi persyaratan yang telah ditentukan dikenal sebagai sertifikasi halal. (LPPOM MUI2008). Fatwa tertulis yang menyatakan produk halal dalam bentuk sertifikat halal dibuat setelah dilakukan serangkaian pemeriksaan oleh auditor yang berkualifikasi di bidangnya untuk memastikan status kehalalan produk (Hasan, 2014). Masa berlaku sertifikat halal diberikan waktu empat tahun. Hal ini kemudian dapat diperpanjang. Perusahaan wajib memberikan jaminan halal dengan secara konsisten menjaga kehalalan produknya. Perusahaan harus diberitahu mengenai penerapan Sistem Jaminan Halal (SJH) minimal enam bulan sekali.

Pelabelan halal mengacu pada penerapan label atau tanda halal pada kemasan

barang halal. Pelanggan diberitahu bahwa produk tersebut halal melalui penandaan ini. Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) merupakan organisasi yang berwenang memberikan izin penambahan label halal. Pelabelan dan sertifikasi merupakan dua konsep yang saling berkaitan. Sertifikat halal yang dikeluarkan MUI diperlukan untuk mencantumkan lambang atau label halal pada suatu produk.

Kewajiban sertifikasi halal dalam UU JPH mulai berlaku pada 17 Oktober 2024. Tahapan sertifikasi akan dilakukan. Pada tahap awal ini, sertifikasi lebih ditekankan pada makanan dan minuman. Kemudian hanya berdampak pada obat-obatan, kosmetik, dan alat kesehatan. BPJPH akan lebih gencar dilakukan dalam kurun waktu lima tahun ini dengan melakukan sosialisasi dan pembinaan kepada pelaku usaha. Dengan memberikan kesempatan kepada pelaku usaha untuk mengurus sertifikasi halal. Produk yang saat ini belum memiliki sertifikasi halal tidak akan langsung dikenakan sanksi, namun masih memiliki waktu hingga 17 Oktober 2024 untuk memenuhi syarat sertifikasi halal. (CNN Indonesia, 2019). Untuk mempercepat sertifikasi halal seluruh produk yang beredar di tanah air, masa transisi lima tahun ini perlu dimanfaatkan secara maksimal. diawali dengan sosialisasi khususnya bagi UMKM (usaha kecil dan menengah). Selain memberikan sosialisasi, juga harus ada bantuan untuk membantu pelaku usaha mendaftarkan barangnya untuk sertifikasi. Selain itu, Pemerintah juga harus cepat menyelesaikan perangkat yang belum lengkap untuk pelaksanaan proses sertifikasi baru.

Terkait tingkat sertifikasi, diharapkan informasi akurat dapat segera tersedia. Tarif tersebut wajar dan tidak memberatkan pelaku usaha mikro. Untuk mencapai jaminan halal terhadap barang yang diperdagangkan, diperlukan kerjasama antara pemerintah, badan usaha, dan masyarakat. Pemerintah telah memenuhi kewajibannya untuk memastikan bahwa makanan warganya halal. Selain itu, pelaku usaha dapat memperluas target pasarnya, menjadi lebih kompetitif, meningkatkan produksi dan penjualan, serta meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap barang halal. Selain itu, masyarakat muslim akan merasa lebih nyaman membeli dan mengonsumsi barang halal (Pelu, 2009).

Seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap halal, sertifikasi halal pun berkembang di Indonesia. Pemerintah mengesahkan Undang-Undang Jaminan Produk Halal untuk menjamin ketersediaan barang halal, khususnya makanan, kosmetik, dan obat-obatan. Tanggung jawab sertifikasi yang sebelumnya ditangani MUI melalui LPPOM, selanjutnya dialihkan ke BPJPH, lembaga resmi pemerintah yang bekerja di bawah arahan Kementerian Agama. Alur proses sertifikasi dan pihak-pihak yang terlibat mengalami sejumlah penyesuaian menyusul transformasi ini. Untuk dapat mewujudkan jaminan

produk halal di Indonesia, perlu adanya koordinasi dan kerja sama antara pemerintah, pelaku usaha, dan masyarakat umum dalam mengawasi distribusi produk.

Dampak ekonomi dari sertifikasi halal, yang kini semakin diterima secara luas, mungkin akan sangat besar bagi Indonesia, yang merupakan negara mayoritas penduduknya beragama Islam. Kami melakukan sosialisasi sertifikasi halal dalam upaya meningkatkan pemahaman dan kesadaran para pelaku usaha akan pentingnya sertifikasi halal pada barang dan jasa yang mereka ciptakan dan pasarkan. Dampak dari kegiatan ini antara lain peningkatan konsumsi produk halal, berkembangnya industri halal, perluasan pasar yang dapat mendorong ekspor dan mendatangkan uang dari pasar luar negeri, sertifikasi halal yang dapat mendorong reputasi dan kredibilitas produk UMKM, serta pertumbuhan penjualan dan produk halal.

C. Analisis Pengaruh Digital Marketing Terhadap Perekonomian Masyarakat

Pada hari Kamis tanggal 3 Agustus 2023 bertempat di Balai Desa Kesesirejo telah dilaksanakan Kegiatan Sosialisasi Pemasaran Digital bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Desa Kesesirejo Kecamatan Bodeh Kabupaten Pemalang. Para pemilik usaha UMKM di Desa Kesesirejo, Kecamatan Bodeh, dan Kabupaten Pemalang menjadi fokus program sosialisasi ini. Tujuan ini ditetapkan dalam upaya untuk mengedukasi pemilik bisnis tentang manfaat media sosial dan cara menggunakan pemasaran digital untuk mengembangkan usaha mereka.

Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 yang menyebutkan bahwa setiap usaha diberikan batasan-batasan tertentu sehingga terdapat kategori-kategori tertentu dalam menentukan apakah suatu perusahaan termasuk dalam usaha mikro, kecil, atau menengah, maka pengertian usaha mikro, kecil, dan menengah dibatasi. . Usaha mikro didefinisikan oleh undang-undang ini sebagai perusahaan menguntungkan yang dioperasikan oleh individu atau badan usaha kecil.

Berdasarkan observasi para pelaku UMKM di lokasi sosialisasi, diketahui bahwa para pelaku UMKM Desa Kesesirejo masih hanya memanfaatkan teknologi informasi pada tingkat yang paling mendasar yaitu mengenal dan mengoperasikan. Kenyataannya para UMKM ini belum menyadari manfaat pemanfaatan digital marketing bagi operasional perusahaannya. Sedangkan di bidang bisnis, pertumbuhan suatu perusahaan sangat bergantung pada penjualan produknya.

Kegiatan UMKM mempengaruhi kehidupan masyarakat dengan mengedepankan gagasan kemandirian dan menjadi batu loncatan bagi inovasi. Persaingan perdagangan yang sangat fleksibel saat ini, kemajuan pesat dalam teknologi dan arus informasi, serta

meningkatnya kesadaran konsumen terhadap beragam barang dan jasa yang tersedia adalah hasilnya. Perkembangan dunia usaha dipengaruhi oleh kemajuan teknologi digital. Di era sekarang, pemasaran tatap muka digantikan oleh pemasaran online. Intinya, pemasaran digital tidak sepenuhnya menggantikan gagasan pemasaran konvensional saat ini; sebaliknya, kedua konsep tersebut tampaknya memainkan peran yang saling melengkapi.

Di era digital saat ini, memasarkan bisnis secara online merupakan sesuatu yang dianggap penting dalam perekonomian global. Hal ini mencakup pemasaran melalui situs web, blog, atau media sosial, yang tidak hanya mudah digunakan dan efektif, namun juga relatif murah. Para pelaku usaha mikro ini tentu saja mulai memperoleh alat penting dalam memperluas dan mengembangkan perusahaan mereka karena kemudahan dalam melakukan promosi di platform media sosial. Promosi ini dapat dilakukan secara efektif dan tanpa biaya.

Secara global, UMKM terkena dampak signifikan dari kemajuan teknologi informasi. Dalam penjangkauan ini, penulis menjelaskan pentingnya fungsi pemasaran digital dalam pertumbuhan bisnis saat ini. Ide pemasaran digital telah mengubah cara promosi dilakukan sehingga sekarang menjadi hubungan dua arah, bukan hanya rencana satu arah. Dari sudut pandang konsumen, penggunaan teknologi informasi dan komunikasi akan memberikan sejumlah manfaat, antara lain harga yang lebih murah, pencarian produk yang lebih sederhana, efisiensi yang meningkat, persaingan antar pelaku usaha, pasar yang semakin luas, dan jenis barang yang lebih beragam.

Kenyataannya, banyak pemilik usaha mikro yang terus bekerja sendiri agar bisa berkembang. Mereka terus melakukan pemasaran tradisional, yang membatasi penjualan barang mereka kepada pelanggan yang berada di sekitar target pasar mereka. Keberhasilan daya saing di pasar global ditentukan oleh karakteristik tersebut, oleh karena itu para pelaku UMKM harus mengutamakan inovasi, pembaharuan pasar, dan orientasi global seiring dengan pertumbuhan teknologi informasi saat ini. Istilah “pemasaran digital” mengacu pada semua upaya penjualan yang dilakukan melalui platform internet. Untuk berinteraksi dengan klien dan calon pelanggan dengan lebih cepat dan mudah, bisnis menggunakan media sosial, situs web, dan aplikasi e-niaga untuk menjalankan bisnis online.

Diharapkan para pelaku UMKM di Desa Keseseirejo mampu:

- a. Memanfaatkan teknologi informasi semaksimal mungkin untuk membantu membangun bisnisnya dan mampu bersaing secara global dengan pelaku usaha lainnya setelah mengikuti sosialisasi tentang pemasaran digital.
- b. Secara aktif menerapkan strategi pemasaran digital menggunakan media sosial dan platform e-commerce lainnya untuk menjangkau khalayak yang lebih luas dan menarik lebih banyak pelanggan.

Jika UMKM menggunakan teknik pemasaran digital untuk mengiklankan barangnya, maka akan berdampak besar terhadap perekonomian lokal di semua skala, mulai dari lokal hingga internasional. Meningkatnya akses terhadap pasar internasional, dimana pemasaran digital memungkinkan UMKM melakukannya dengan lebih mudah dan terjangkau dengan bantuan internet, serta peningkatan penjualan dan pendapatan karena kemampuan UMKM menjangkau target pasar yang lebih besar dan terfokus, adalah beberapa diantaranya. Hasil utama penerapan pemasaran digital. Selain itu, meningkatnya tren konsumsi online akan membantu meningkatkan penjualan online melalui e-commerce, hal ini didukung oleh pelanggan yang merasa lebih nyaman berbelanja online karena aksesibilitas dan keamanan transaksi.

KESIMPULAN

Salah satu kekuatan ekonomi yang memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan perekonomian masyarakat Indonesia adalah UMKM. Berdasarkan Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 90 Tahun 1998, sektor usaha mayoritas berukuran kecil dan memerlukan perlindungan untuk menghindari persaingan tidak sehat. Usaha kecil merupakan salah satu komponen kegiatan perekonomian rakyat berskala kecil.

Berdasarkan penelitian pelaksanaan program kerja promosi sertifikasi halal dan pemasaran digital, terlihat bahwa para pelaku UMKM di Desa Kesesirejo menyadari pentingnya sertifikasi halal dan pemanfaatan pemasaran digital untuk mendukung kelangsungan usahanya. Pendapatan UMKM akan terdampak signifikan jika mereka menerapkan sertifikasi halal pada produk olahannya dan menggunakan teknik pemasaran digital untuk mengiklankan produknya. Hal ini pada gilirannya dapat memberikan dampak positif bagi perekonomian nasional.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Kami Tim KKN UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan Angkatan 56 Kelompok 22 mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang turut terlibat secara langsung atau tidak langsung dalam mensukseskan kegiatan program pengabdian masyarakat ini yang meliputi warga dan perangkat Desa Kesesirejo, pelaku UMKM Desa Kesesirejo, UIN K.H. Abdurrahman Wahid, LP2M, Dosen Pembimbing Lapangan Kelompok 22, Halal Center, dan para narasumber.

DAFTAR REFERENSI

- Afronyati, L. 2017. Analisis Ekonomi Politik Sertifikat Halal oleh MUI. *Jurnal Kebijakan dan Administrasi Publik*. 18(1): 37-52
- Arumsari, Nurul Rizka dkk. (2022). Peran Digital Marketing dalam Upaya Pengembangan UMKM Berbasis Teknologi di Kelurahan Plamongansari Semarang. *Jurnal SEMAR (Jurnal Ilmu Pengetahuan, Teknologi, dan Seni Bagi Masyarakat)* Vol. 11 No. 1 hal. 92-101
- [CNN Indonesia] Kantor Berita CNN. 2019 diakses melalui <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20191016203043-92-440143/kemenag-belum-hukumprodusen-yang-tak-urus-sertifikat-halal> [13 November 2019]
- Data Sertifikasi Halal LPPOM MUI periode 2011-2018: http://www.halalmui.org/mui14/index.php/main/go_to_section/59/1368/page/1. [September 2019].
- Hasan, K.N.S. 2014. Kepastian Hukum Sertifikasi dan Labelisasi Halal Produk Pangan. *Jurnal Dinamika Hukum*. 14(2): 227-238
- Hidayatullah, M. S. (2020). Sertifikasi dan Labelisasi Halal Pada Makanan dalam Perspektif Hukum Islam (Perspektif Ayat Ahkam). *YUDISIA : Jurnal Pemikiran Hukum Dan Hukum Islam*, 11(2), 251. <https://doi.org/10.21043/yudisia.v11i2.8620>
- Hikmawati, F. (2017). *Metodologi Penelitian* (Issue 1).
- [LPPOM MUI] Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, dan Kosmetik Majelis Ulama Indonesia.
- Nur, Siti Khayisatuzahro & Istikomah. (2021). Program SEHATI: Kemudahan Pelaksanaan Sertifikasi Halal bagi UMKM. Vol. 3 No. 2, 72-79
- Putri, A., & Arif, M. (2023). Pengaruh Digital Marketing Dan Inovasi Produk Terhadap Pendapatan. *Jesya*, 6(1), 194–208. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i1.915>
- Produk Makanan dan Kosmetika. *Jurnal EduTech*. 3(2): 64-75.
- Rahmadani, siti & M. (2019). *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis PENGEMBANGAN UMKM USAHA TAHU DAN TEMPE KNOWLEDGE AND INDEPENDENT WORKS OF MSMES . REVIEWED FROM*. 1(1), 76–83.
- susie, suyadi, syahdanur & suryani. (2018). *Analisis Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)*. 29(1), 1–10.
- Salam, D.Q. Alva & Ahmad Makhtum. (2022). IMPLEMENTASI JAMINAN PRODUK HALAL MELALUI SERTIFIKASI HALAL PADA PRODUK MAKANAN DAN MINUMAN UMKM DI KABUPATEN SAMPANG. *Qawwam: The Leader's Writing* Vol. 3, No. 1, 16-18