



Membangun *mindset* bisnis halal melalui kesadaran halal untuk UMKM sektor kuliner

Elfira Maya Adiba*, Faizal Amir

Universitas Trunojoyo Madura, Bangkalan, Indonesia

*email Koresponden Penulis: elfira.madiba@trunojoyo.ac.id

Info Artikel

Riwayat Artikel

Diajukan: 2024-05-29

Diterima: 2024-06-27

Diterbitkan: 2024-07-01



Lisensi: cc-by-sa

Copyright © 2024 Penulis

ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menghadapi permasalahan dalam bisnisnya, salah satunya adalah masalah pertumbuhan laba. Salah satu solusi dari permasalahan tersebut yaitu dengan membuat produk UMKM lebih berdaya saing dengan membuat *mindset* berbisnis halal yang melalui sertifikasi halal. Bisnis dalam Islam tidak hanya mencari keuntungan semata namun perlu mengikuti petunjuk Islam untuk mencapai keberkahan. Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran halal pelaku usaha agar semakin berminat melakukan sertifikasi halal yang dapat dimanfaatkan untuk menjadi keunggulan kompetitif dalam berbisnis. Metode yang digunakan menggunakan pendekatan *participatory action research* (PAR) yang meliputi ceramah, diskusi, dan pendampingan UMKM kuliner di Desa Majungan. Penduduk setempat mayoritas adalah petani dan nelayan, sehingga jumlah UMKM kuliner yang berhasil dikumpulkan juga terbatas yaitu sebanyak 5 UMKM. Hasil dari uji beda literasi halal didapatkan bahwa tidak ada perbedaan literasi halal sebelum dan sesudah dilaksanakan kegiatan transfer keilmuan. Hasil dari analisis deskriptif kesadaran halal pelaku usaha ada pada kategori sangat baik. Hasil dari kegiatan pendampingan ini juga didapatkan tiga UMKM yang mendaftarkan sertifikasi halal. Kegiatan selanjutnya yaitu perlu adanya pendampingan strategi pemasaran berbasis digital untuk mengikuti tren pasar serta perluasan area pengabdian masyarakat untuk mengajak UMKM di Madura untuk mendaftarkan produknya sertifikasi halal sehingga produk UMKM memiliki daya saing dan keunggulan kompetitif.

Kata Kunci: kesadaran halal; UMKM; sertifikasi halal

Cara mensitasi artikel:

Adiba, E. M., & Amir, F. (2024). Membangun *mindset* bisnis halal melalui kesadaran halal untuk UMKM sektor kuliner. *Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (JP2M)*, 5(3), 489–499. <https://doi.org/10.33474/jp2m.v5i3.21881>

PENDAHULUAN

Islam merupakan agama yang tidak hanya mengatur masalah ibadah, namun juga mengatur masalah muamalah (Esya et al., 2021). Aktivitas bisnis memerlukan keterampilan tidak hanya sebatas kemampuan teknik produksi saja, lebih dari itu juga dibutuhkan inovasi, kemampuan secara keuangan, teknik marketing, dan penjaagaan hubungan dengan konsumen (Koewinarno et al., 2021). Pengusaha pemula memiliki kendala dalam bisnisnya yaitu tingkat pemahaman dan pengetahuan tentang bisnis yang sesuai dengan Islam atau bisnis syariah.

Berbisnis dengan menerapkan prinsip-prinsip Islam dapat mensejahterakan pebisnis tersebut (Esya et al., 2021).

Berbisnis dalam Islam harus memenuhi prinsip-prinsip Islam dengan berpedoman pada Al-Qur'an dan Hadist (Esya et al., 2021). Berbisnis juga tidak hanya mencari laba, namun harus sesuai dengan etika dan moralitas (Rahmah, 2020). Salah satu etika berbisnis dalam Islam yaitu produk dan jasa yang ditawarkan haruslah halal. Adanya sertifikasi halal merupakan jaminan kualitas dan dapat digunakan untuk memenangkan persaingan pasar karena merupakan suatu keunggulan tersendiri. Adanya logo halal membuat produk lokal Indonesia lebih berpeluang untuk memasuki bisnis global yang semakin ramah dengan nilai-nilai Islam (Astuti & Rukiah, 2019).

Industri halal menjadi salah satu sektor bisnis yang pertumbuhannya cepat di pasar global. Halal industri meliputi area keuangan, kuliner, pariwisata, farmasi, dan layanan lainnya (Bashir, 2019). Penduduk Indonesia didominasi oleh warga negaranya yang muslim. Hal ini membuat Indonesia menjadi pasar potensial untuk produk halal (Wahyuni et al., 2020).

Pilar kedelapan dari *Sustainable Development Goals* (SDGs) membahas masalah pertumbuhan ekonomi yaitu meningkatkan pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan, dimana salah satu aspek yang diperhatikan pemerintah adalah kelompok Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) (Moerad et al., 2023). Pemerintah daerah mendorong UMKM untuk membaca peluang pangsa pasar industri halal melalui sertifikasi halal. Jumlah produk yang tercatat di Indonesia sebanyak 204.222 produk, namun yang sudah memiliki sertifikasi halal dari MUI per tahun 2018 sebanyak 17.398 atau 0.08% saja yang baru memiliki sertifikasi halal (Ramadhan, 2019). Berikut ilustrasi yang menunjukkan jumlah sertifikasi halal yang sudah dimiliki UMKM di Indonesia.



Gambar 1. Jumlah UMKM yang sudah memiliki sertifikasi halal tahun 2011-2018

Indonesia yang didominasi penduduknya beragama Islam, namun hal ini belum didukung dengan tingkat pemahaman terkait pentingnya mengonsumsi produk halal serta pentingnya adanya logo halal resmi. Konsumen di Indonesia masih banyak yang beranggapan bahwa apapun yang dijual muslim adalah halal tanpa adanya cek lebih lanjut. Dampaknya adalah produsen makanan merasa tidak perlu mempunyai sertifikasi halal karena mereka juga beranggapan tidak menjual

makanan yang ada unsur babinya. Padahal masalah halal tidak hanya sebatas kandungan babi dalam makanan (Akim et al., 2019). Produsen atau pelaku usaha beranggapan bahwa mengurus sertifikasi halal akan membuang tenaga dan anggaran karena konsumen dianggap tidak memperhatikan keberadaan label halal (Imaningsih & Sihite, 2022). Adanya fenomena tersebut dikarenakan tingkat pemahaman dan literasi halal baik konsumen maupun produsen belum baik.

Adanya fenomena tersebut maka perlu diadakannya pelatihan membangun *mindset* bisnis halal dengan mengedepankan etika Islam. Etika Islam disini yaitu pentingnya menjaga kehalalan produk karena merupakan jaminan keamanan konsumen serta memiliki keunggulan kompetitif. Hal ini juga didukung dengan produk lokal Pamekasan yang otentik, sehingga dapat mendorong pelaku UMKM untuk melakukan sertifikasi halal.

Gambar di atas menunjukkan rendahnya produk yang sudah bersertifikasi halal di Indonesia. Hal ini bisa diturunkan bahwa produk-produk di daerah juga tidak banyak yang memiliki sertifikasi halal, begitu juga dengan di Pamekasan. Masyarakat Madura terkenal dengan jiwa bisnisnya. Penduduknya banyak yang merantau untuk berbisnis yang tersebar hampir seluruh daerah di Indonesia bahkan di internasional. Pelaku UMKM di Pamekasan perlu mendapatkan pelatihan bagaimana membangun bisnis halal dengan mengedepankan etika Islam. Etika Islam disini yaitu melalui kesadaran halal produk lokal.

Rendahnya minat untuk melakukan sertifikasi halal selain dari faktor konsumen yang kurang perhatian dengan logo halal, dapat juga dipengaruhi oleh tingkat pemahaman dan kesadaran pelaku bisnis UMKM tentang bisnis halal itu sendiri yang masih rendah. Atas dasar tersebut maka perlu dilakukan kegiatan untuk memberikan pengetahuan seputar kehalalan produk untuk menumbuhkan kesadaran halal pelaku usaha di Pamekasan. Kegiatan ini dilakukan di Desa Majungan Kabupaten Pamekasan, dimana terletak di Pulau Madura. Adiyanto & Amaniyah (2023) dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa seluruh kabupaten di Madura memiliki Indeks Pembangunan Manusia (IPM) yang tertinggal dari kota/kabupaten lainnya di Jawa Timur. Rendahnya IPM ini ada korelasinya dengan tingkat literasi yang rendah. Literasi merupakan seberapa jauh kemampuan seseorang dalam memahami informasi dan menerapkan pengetahuannya tersebut dalam kegiatan sehari-hari termasuk dalam berbisnis. Uraian tersebut melatarbelakangi kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Majungan, terlebih dari kegiatan identifikasi awal ditemukan produk kuliner yang berpotensi ekspor yaitu Rengginang khas Pamekasan yang diproduksi di desa tersebut.

METODE

Metode yang digunakan dalam pengabdian masyarakat ini menggunakan pendekatan *participatory action research* (PAR). Pendekatan tersebut bertujuan untuk mengatasi masalah, memenuhi kebutuhan masyarakat, produksi ilmu pengetahuan, dan adanya proses perubahan sosial keagamaan. Pendekatan ini bertujuan juga untuk membuat masyarakat sadar dan berpikir kritis atas melekatnya ideologi atau paradigma tertentu pada masyarakat. Langkah-langkah dalam kegiatan ini diantaranya terlihat pada gambar sebagai berikut.



Gambar 2. Langkah kegiatan pengabdian masyarakat berbasis PAR

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk membangun *mindset* masyarakat Desa Majungan untuk berbisnis halal melalui sertifikasi halal. kegiatan pengabdian ini dilakukan melalui lima tahapan. Tahapan awal yaitu tahapan pemetaan awal. Tahapan ini menjadi tahap awal yang penting dalam rangka memahami masyarakat. Pengabdi menggali permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat, dalam hal ini pengabdi bertanya kepada UMKM kuliner di Desa Majungan Kecamatan Pademawuh Kabupaten Pamekasan tentang permasalahan yang dihadapi. Pengabdi terlebih dahulu bertanya kepada Kepala Desa Majungan sebagai gambaran awal sebelum terjun ke masyarakat. Hasil wawancara tersebut menunjukkan bahwa mayoritas penduduk Desa Majungan adalah petani tembakau, petani garam, dan nelayan sehingga jumlah UMKM kuliner tidak banyak dijumpai. Kendala tersebut bukan menjadi hambatan untuk tidak melanjutkan kegiatan pengabdian masyarakat. Pengabdi berhasil mengumpulkan lima UMKM yang bersedia untuk menjalankan program dengan tim pengabdi. Hasil dari tahap ini yaitu diketahui bahwa UMKM kuliner di Desa Majungan menginginkan adanya pertumbuhan omset usaha dan perluasan area pemasaran.

Tahap kedua yaitu tahapan membangun kerjasama dengan masyarakat. Pada tahapan ini tim pengabdi membangun kerjasama dengan lima UMKM. Tim pengabdi melakukan observasi terhadap tempat usaha dan produk yang dihasilkan. Lima UMKM tersebut yaitu terdapat dua UMKM yang memproduksi rengginang, dua UMKM memiliki produk rujak khas Madura, dan satu UMKM menghasilkan produk apen. Kelima UMKM tersebut bersedia untuk mengikuti dan berpartisipasi pada agenda pengabdian masyarakat yang bertajuk membangun *mindset* bisnis halal melalui kesadaran halal dalam rangka meningkatkan daya saing UMKM.

Tahapan ketiga yaitu penentuan agenda riset. Tim pengabdi menganalisis bahwa perlu mengetahui tingkat literasi halal UMKM kuliner di Majungan. Tim pengabdi mengukur tingkat literasi halal UMKM sebelum dan sesudah diadakan agenda sosialisasi. Pengetahuan akan halal atau literasi halal memiliki hubungan dengan kesadaran halal atau kesadaran halal. Semakin baik tingkat literasi halal maka akan semakin menumbuhkan kesadaran halal. Kesadaran halal ini terwujud dengan kesadaran UMKM akan pentingnya produksi barang halal, tidak hanya bahan pembuatan namun juga prosesnya.

Tahapan keempat yaitu menyusun strategi. Hasil pemetaan awal menunjukkan bahwa UMKM kuliner di Desa Majungan membutuhkan bantuan perluasan area pemasaran dalam rangka meningkatkan omset usaha. Tim pengabdi menawarkan solusi dengan transfer keilmuan membuat *mindset* bisnis mereka dengan berbisnis yang halal melalui kesadaran halal, sehingga tim

pengabdian ingin mengetahui tingkat literasi halal dan kesadaran halal kelima UMKM tersebut. Hasil dari identifikasi awal juga ditemukan bahwa kelima UMKM kuliner tersebut belum memiliki logo pada produk, spanduk di depan tempat usaha, belum memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB), belum bersertifikasi halal, dan belum pernah sama sekali memanfaatkan *digital marketing*. Hasil identifikasi tersebut menjadi agenda tim pengabdian setelah dilakukannya riset awal mengenai literasi halal dan kesadaran halal.

Tahap kelima yaitu pelaksanaan kegiatan perubahan. Kegiatan yang dilakukan oleh tim pengabdian meliputi sosialisasi membangun *mindset* bisnis halal melalui kesadaran halal dan dilanjutkan dengan kegiatan pendampingan kepada UMKM. Kegiatan pendampingan ini diantaranya pendampingan kepada UMKM untuk membuat logo produk dan spanduk usaha di depan tempat usaha. Tim pengabdian juga membantu UMKM kuliner di Desa Majungan untuk mendapatkan NIB yang merupakan syarat dalam proses sertifikasi halal. Nomor Induk Berusaha (NIB) berhasil terbit, kemudian UMKM dibantu dalam proses sertifikasi halal. UMKM yang bersedia untuk mendaftarkan produknya untuk dilakukan sertifikasi halal sebanyak tiga UMKM yaitu UMKM yang menghasilkan produk rengginang, rujak, dan apen. Terdapat satu UMKM yang sudah keluar sertifikat halalnya dan saat ini masih menunggu dua sertifikat lagi.

Kegiatan abdimas ini dilakukan untuk membangun *mindset* bisnis halal melalui kesadaran halal dalam rangka meningkatkan daya saing UMKM kuliner di Desa Majungan. Pengabdian dalam hal ini melakukan kegiatan sosialisasi pentingnya berbisnis halal dengan memiliki kesadaran halal. Pengabdian telah melakukan kegiatan tersebut pada tanggal 25 Oktober 2023.



Gambar 3. Kegiatan sosialisasi membangun *mindset* bisnis halal

Pada kegiatan tersebut telah dilakukan *pre-test* dan *post-test* untuk mengetahui tingkat *halal literacy* UMKM kuliner di Desa Majungan. Tabel 1 berikut menunjukkan item pertanyaan untuk mengukur *halal literacy* UMKM di Desa Majungan yang diadaptasi dari penelitian Antara *et al.* (2016) yang terdiri dari 10 item pernyataan.

Tabel 1. Item pertanyaan *halal literacy*

No.	Pernyataan
1.	Bangkai hewan dan darah hewan diperbolehkan (halal) untuk dimakan
2.	Babi tidak diperbolehkan (haram) untuk dimakan
3.	Hewan yang disembelih tanpa menyebut nama Allah diperbolehkan (halal) untuk dimakan
4.	Bangkai Ikan diperbolehkan (halal) untuk dimakan
5.	Obat-obatan yang mengandung lemak babi boleh dikonsumsi
6.	Babi yang disembelih dengan menyebut nama Allah halal untuk dimakan
7.	Alkohol tidak diperbolehkan (haram) untuk diminum
8.	Kita diperbolehkan makan di depot/warung makan yang juga menyajikan alkohol
9.	Kita diperbolehkan makan di depot/warung makan yang juga menyajikan masakan olahan dari babi
10.	Narkotika halal untuk dikonsumsi

Sumber: Antara *et al.* (Antara *et al.*, 2016)

Tim pengabdian selanjutnya melakukan pengumpulan data dari UMKM. Tabel 2 berikut merupakan data hasil *pre test* dan *post test* dari item pertanyaan pada tabel sebelumnya. Rata-rata nilai *pretest* yang didapatkan yaitu 86 dan rata-rata nilai *post test* yaitu 86. Nilai *halal literacy* terendah pada *pre test* yaitu 60 dan tertinggi 100, sedangkan nilai terendah pada *post test* yaitu 70 dengan nilai tertinggi 90.

Tabel 2. Hasil *pre test* dan *post test*

No.	Nama Pemilik Usaha	Pre Test	Post Test
1.	Faridatul J. (Rujak)	60	70
2.	Weroh (Apen)	100	90
3.	Safik (Rengginang)	80	90
4.	Liama (Rengginang "Renggibi")	90	80
5.	Fatimatus Zahro (Rujak)	100	70

Sumber: Hasil Observasi

Data hasil *pre test* dan *post test* selanjutnya diolah menggunakan bantuan *software* SPSS dengan teknik analisis data *Wilcoxon sign test* untuk membuktikan hipotesis. Uji *Wilcoxon sign test* ini bertujuan untuk melakukan uji beda data sampel berpasangan, dalam hal ini adalah data *pre test* dan *post test*. Tabel 3 di bawah ini merupakan *output* dari uji beda sampel berpasangan.

Tabel 3. Hasil uji hipotesis

Uji Hipotesis	Keputusan
Asymp. Sig. (2-tailed) = 0,480	Hipotesis ditolak

Sumber: *Output* SPSS

Hipotesis dari kegiatan ini yaitu terdapat perbedaan nilai *halal literacy* sebelum dan sesudah dilakukan sosialisasi tim abdimas Desa Majungan. *Rule of thumb* dari uji hipotesis ini yaitu jika nilai signifikansi < 0.05 maka hipotesis diterima. Pada hasil uji *Wilcoxon* menggunakan SPSS didapatkan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) yaitu 0.480 atau lebih dari 0.05 ($0.480 > 0.05$), sehingga hipotesis tidak dapat diterima. Hasil yang didapatkan yaitu tidak ada perbedaan *halal literacy* sebelum dan sesudah dilakukannya sosialisasi.

Pada kegiatan tersebut juga telah dilakukan untuk mengetahui *tingkat* kesadaran halal. Literasi halal berkorelasi dengan kesadaran halal (*halal*

awareness). Seseorang yang memiliki pengetahuan tentang halal belum tentu memiliki kesadaran halal, namun kesadaran halal akan terbentuk jika memiliki pengetahuan halal yang memadai. Hal tersebut mengindikasikan bahwa dibutuhkan literasi halal yang baik agar selanjutnya memiliki kesadaran halal. Kesadaran halal penting dimiliki oleh UMKM atau pelaku usaha karena seseorang yang memiliki kesadaran halal akan melakukan proses produksi sesuai dengan perintah Islam. Adanya kesadaran halal yang baik ini juga dapat mendorong pelaku usaha untuk mendaftarkan sertifikasi halal karena memiliki pemahaman yang memadai jika memiliki sertifikasi halal merupakan bentuk jaminan kualitas produk serta memiliki dampak positif baik bagi produsen juga bagi konsumen.

Berikut akan dipaparkan distribusi jawaban pelaku usaha yang mengikuti kegiatan sosialisasi. Kesadaran halal diukur menggunakan sembilan indikator dengan skala likert 1-4. Deskripsi jawaban akan dijelaskan berdasarkan frekuensi atau jumlah responden yang menjawab jawaban mulai skor 1 sampai 4 dan hasil perhitungan rata-rata masing-masing variabel, dan kategori nilai rata-rata yang sudah dikategorikan. Aturan yang digunakan dalam pengkategorian adalah:

$$\text{Interval Kelas} = \frac{\text{Nilai tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{jumlah Kelas}}$$

Keterangan:

Nilai tertinggi adalah 4 dan nilai terendah adalah 1 dengan jumlah kelas adalah 4. Berdasarkan rumus di atas maka diperoleh nilai interval kelas sebagai berikut:

$$\text{Interval Kelas} = \frac{4-1}{4} = 0.75$$

Interval kelasnya adalah 0,75 kemudian disusun kategori penilaian rata-rata jawaban responden yang disajikan pada tabel 4 di bawah ini:

Tabel 4. Kategori penilaian

Interval	Kategori
1,00 < X < 1,75	Sangat Tidak Setuju
1,76 < X < 2,50	Tidak Setuju
2,51 < X < 3,25	Setuju
3,26 < X < 4,00	Sangat Setuju

Sumber: Data Observasi (diolah)

Kesadaran halal diukur menggunakan sembilan indikator, dimana deskripsi jawaban UMKM dapat dilihat pada tabel 5 sebagai berikut:

Tabel 5. Deskripsi kesadaran halal

No.	Indikator	Frekuensi Skor Jawaban				Total	Mean	Kategori
		1	2	3	4			
1.	Saya memahami apa itu 'halal'	0	0	1	4	5	3,8	Sangat Setuju
2.	Ketika saya membeli bahan baku untuk produksi, saya selalu memikirkan bahan baku harus halal	0	0	1	4	5	3,8	Sangat Setuju

3.	Saya selalu menggunakan bahan baku yang halal untuk produksi	0	0	1	4	5	3,8	Sangat Setuju
4.	Menggunakan bahan baku yang halal adalah hal penting bagi saya	0	0	1	4	5	3,8	Sangat Setuju
5.	Saya mengetahui bahan baku yang halal dan haram	0	0	2	3	5	3,6	Sangat Setuju
6.	Saya memahami bahwa hewan yang disembelih tanpa menyebut nama Allah termasuk pada makanan non-halal	0	0	2	3	5	3,6	Sangat Setuju
7.	Saya memahami bahwa babi, anjing, dan Binatang buas lainnya adalah haram untuk dimakan	0	0	2	3	5	3,6	Sangat Setuju
8.	Saya memahami bahwa membuat/produksi makanan dari bahan yang tidak halal akan membuat makanan tersebut menjadi haram	0	0	2	3	5	3,6	Sangat Setuju
9.	Saya memahami bahwa alkohol termasuk minuman haram	0	0	2	3	5	3,6	Sangat Setuju

Sumber: Data observasi (diolah)

Hasil dari tabel 5 di atas menunjukkan bahwa tingkat kesadaran halal pelaku usaha di Majungan pada range 3,6 dan 3,8 yang dalam kategori sangat setuju. Hal tersebut mengindikasikan bahwa tingkat kesadaran pelaku usaha di sana sudah baik, namun masih perlu didorong untuk melakukan sertifikasi halal. Oleh karena itu, kegiatan selanjutnya yaitu dilakukannya pendampingan untuk melakukan sertifikasi halal yang telah dilakukan mahasiswa peserta MBKM KKNT di Desa Majungan. Hasil dari kegiatan pendampingan tersebut terdapat tiga UMKM yang bersedia mendaftarkan produknya untuk dilakukan sertifikasi halal. Ketiga UMKM yang mendaftar yaitu UMKM dengan produk rengginang merk 'renggibi', apen, dan rujak.



Gambar 4. Kegiatan Pendampingan UMKM di Desa Majungan Pademawuh

Kegiatan pendampingan UMKM diantaranya pengenalan terhadap *digital marketing*. Langkah awal yang dilakukan tim pengabdian yaitu membantu UMKM untuk membuat logo produk karena logo merupakan hal penting sebagai identitas. Produk rengginang dengan merk 'Renggibi' telah beredar di luar Pamekasan hingga ke Pulau Jawa. Pemilik usaha rengginang tersebut juga menyatakan bahwa produknya kerap kali dijadikan oleh-oleh hingga dibawa ke Mekkah. Rengginang ini akan berpotensi dipasarkan lebih luas ketika memiliki logo dan sertifikasi halal.

Produk Apen dan Rujak asli Madura juga berpotensi untuk dipasarkan di luar Desa Majungan. Adanya logo halal resmi akan menjadikan produk mereka lebih berdaya saing dan menjadi keunggulan kompetitif. Tim pengabdian kembali melakukan pendampingan untuk memperluas area pemasaran produk-produk tersebut melalui penjualan di *e-commerce*. Tim pengabdian membantu mengambil foto produk yang menarik untuk dipasang di *e-commerce*. *E-commerce* yang digunakan untuk media promosi yaitu shopee dan *facebook*. Berikut adalah dokumentasi kegiatan pendampingan UMKM dalam pemanfaatan *digital marketing* sebagai media promosi era *digital*.



Gambar 5. Pemanfaatan *digital marketing* untuk sarana perluasan area pemasaran produk UMKM

Tabel 6. Capaian kegiatan

Kegiatan	Sebelum	Sesudah	Persentase
Kepemilikan NIB	0 UMKM	3 UMKM	60%
Penggunaan <i>e-commerce</i>	0 UMKM	3 UMKM	60%
Kepemilikan Sertifikasi Halal	1 UMKM	4 UMKM	60%

Sumber: Data observasi (diolah)

Tabel 6 di atas menunjukkan capaian kegiatan pengabdian masyarakat ini dengan persentase 60%. Kegiatan awal yang dimulai dari identifikasi masalah hingga pendampingan UMKM di Desa Majungan bisa dikatakan berhasil. Hal ini terlihat dari adanya perubahan yang terjadi diantaranya dari kepemilikan NIB, penggunaan *e-commerce*, dan kepemilikan sertifikasi halal. UMKM kerap kali mengalami kendala dalam pengembangan usahanya, terutama dari segi pengetahuan atau literasi. Produk UMKM yang memiliki sertifikasi halal akan memiliki keunggulan kompetitif bahkan berpotensi untuk ekspor produk ke luar negeri. UMKM perlu diberikan pemahaman akan potensi seperti itu. Teori mengatakan bahwa seseorang yang memiliki pengetahuan halal yang baik dapat mendorong untuk memiliki kesadaran halal diantaranya mendaftarkan produknya untuk mendapatkan sertifikasi halal. Hasil dari pengukuran literasi halal, pemilik UMKM memiliki literasi halal yang baik namun belum memiliki kesadaran untuk mendaftarkan produknya memiliki sertifikasi halal. Hal ini didukung juga dari penelitian Adiyanto & Amanyah (Adiyanto & Amanyah, 2023) yang juga menggunakan subyek penelitian UMKM di Madura, bahwa 95% UMKM sudah memiliki pengetahuan tentang sertifikasi halal namun seluruh UMKM

tersebut memiliki sertifikasi halal. Hal ini mengindikasikan perlu adanya kegiatan untuk edukasi yang menumbuhkan sertifikasi halal.

Badan Pusat Statistik (BPS) Jawa Timur (2024) mencatat bahwa empat kabupaten di Pulau Madura hingga tahun 2023 tercatat masuk dalam 10 kabupaten dengan persentase penduduk miskin tertinggi di Jawa Timur. Penurunan angka kemiskinan bisa didukung dari kemandirian dan ketangguhan finansial sektor bisnis, dalam hal ini UMKM di Madura perlu memiliki bisnis yang sehat karena bisnis yang sehat akan lebih langgeng dan berpotensi untuk menyerap tenaga kerja lebih banyak lagi. Hal ini bisa dimulai dari kegiatan edukasi kepada UMKM di Madura bahwa memiliki sertifikasi halal merupakan salah satu cara untuk membuat UMKM lebih berdaya saing dan memiliki keunggulan kompetitif, karena sertifikasi halal dapat berpotensi memperluas area pemasaran. Ketika area pemasaran lebih luas maka pembeli akan meningkat sehingga omzet usahapun juga akan meningkat.

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat telah berlangsung dengan ketercapaian 60% yang terlihat dari kepemilikan NIB, penggunaan *e-commerce*, dan kepemilikan sertifikasi halal. Hasil pemetaan permasalahan UMKM di Desa Majungan yaitu UMKM menginginkan adanya perluasan area pemasaran dan peningkatan omzet. Adanya sertifikasi halal akan menjadi sarana untuk dapat memperluas area pemasaran sehingga omzet usaha diharapkan juga meningkat. Kesadaran halal UMKM pada tingkatan sangat baik sehingga UMKM bersedia mendaftarkan produknya untuk mendapatkan sertifikasi halal. Kegiatan pendampingan UMKM yang sudah terlaksana meliputi pendampingan pembuatan logo dan spanduk, pendampingan pendaftaran Nomor Induk Berusaha (NIB) hingga pendaftaran sertifikasi halal, dan pelatihan *digital marketing*. Agenda pelatihan *digital marketing* ini menjadi krusial dalam rangka memperluas pemasaran karena sudah diperkuat juga dengan kepemilikan sertifikasi halal sehingga calon konsumen tidak ragu-ragu dalam membeli produk UMKM. Kegiatan selanjutnya perlu diadakan kegiatan serupa pada wilayah lain di Madura agar semakin banyak UMKM yang memiliki sertifikasi halal.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih disampaikan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Trunojoyo Madura (UTM) yang telah memberikan kesempatan untuk melaksanakan program pengabdian kepada masyarakat. Ucapan terima kasih juga penulis ucapkan untuk pemerintah Desa Majungan Kecamatan Pademawuh Kabupaten Pamekasan beserta pemilik UMKM yang telah bersedia bekerjasama dalam penyelenggaraan kegiatan ini.

DAFTAR RUJUKAN

Adiyanto, M. R., & Amaniyah, E. (2023). Tingkat Kesadaran Sertifikat Halal Pelaku UMK di Pulau Madura. *AKSES: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 18(2), 94–101. <https://doi.org/10.31942/akses.v18i2.10123>

- Akim, A., Konety, N., Purnama, C., & Adilla, M. H. (2019). Pemahaman Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Ukm) Di Jatinangor Terhadap Kewajiban Sertifikasi Halal Pada Produk Makanan. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 31. <https://doi.org/10.24198/kumawula.v1i1.19258>
- Antara, P. M., Musa, R., & Hassan, F. (2016). Bridging Islamic Financial Literacy and Halal Literacy: The Way Forward in Halal Ecosystem. *Procedia Economics and Finance*, 37(16), 196–202. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(16\)30113-7](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(16)30113-7)
- Astuti, A. R. T., & Rukiah, R. (2019). Bisnis Halal dalam Perspektif Etika Islam: Kajian Teoritis. *Al Ma'arif: Jurnal Pendidikan Sosial*, 1(2), 97–106. <https://doi.org/10.35905/almaarif.v1i2.1139>
- Badan Pusat Statistik Jawa Timur. (2024). *Persentase Penduduk Miskin Menurut Kabupaten/Kota di Jawa Timur (Persen), 2021-2023*. 2023.
- Bashir, A. M. (2019). Effect of halal awareness, halal logo and attitude on foreign consumers' purchase intention. *British Food Journal*, 121(9), 1998–2015. <https://doi.org/10.1108/BFJ-01-2019-0011>
- Esya, L., Y. E. A., & Parinduri, A. Z. (2021). Pelatihan Memulai Usaha Berdasarkan Prinsip Ekonomi Syariah. *PROGRESIF: Jurnal Pengabdian Komunitas Pendidikan*, 1(2), 87–95. <https://doi.org/10.36406/progresif.v1i2.447>
- Imaningsih, E. S., & Sihite, J. (2022). Adopsi Sertifikasi Halal Untuk Meningkatkan Kinerja UMKM di Jakarta. *Akuntansi Dan Humaniora: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(3), 145–149. <https://doi.org/10.38142/ahjpm.v1i3.362>
- Koewinarno, F., Atieqoh, S., Abidin, Z., M., F., Hidayati, U., Mulyono, A., Rosidi, A., & Nofandi, R. A. (2021). *Survie Sadar Halal Generasi Muslim Milenial* (F. Fauziah (ed.)). Litbangdiklat Press.
- Moerad, S. K., Wulandari, S. P., Chamid, M. S., Savitri, E. D., Rai, N. G., & Susilowati, E. (2023). Sosialisasi Serta Pendampingan Sertifikasi Halal UMKM di Kabupaten Sidoarjo. *Sewagati*, 7(1), 11–25. <https://doi.org/10.12962/j26139960.v7i1.118>
- Rahmah, S. (2020). Prinsip-prinsip Dasar Ekonomi Islam dalam Bisnis. *Ar-Ribh: Jurnal Ekonomi Islam*, 3(2), 164–177. <https://doi.org/10.26618/jei.v3i2.4253>
- Ramadhan, F. M. (2019). *Rencana Skema Sertifikasi Halal dan Jumlah Label Halal*.
- Wahyuni, S., Astuti, D., & Bakhri, B. S. (2020). Pengaruh label Halal terhadap produk makanan. *BILAL: Jurnal Bisnis Ekonomi Halal*, 1(2), 43–47. <https://doi.org/10.51510/bilal.v1i2.205>