
Meningkatkan Daya Saing UMKM Melalui Sertifikasi Halal

Khotim Fadhli^{1*}, Mar'atul Fahimah², Ita Rahmawati³, Nia Aprilia Bisari⁴, Rizatul Juma'izah⁵, Maya Kurnia Saputri⁶, Hanif Fauzan Qodri⁷, M. Hanif Ramadhani⁸, Safinatul Koiriyah⁹

^{1,2,3,4,5,6,7,8}Manajemen, Universitas KH. A. Wahab Hasbullah

⁹Ekonomi Syariah, Universitas KH. A. Wahab Hasbullah

*Email: khotim@unwaha.ac.id

ABSTRACT

Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) are a vital sector in the Indonesian economy, but face challenges in competitiveness in the era of globalization. The lack of understanding by MSME actors regarding halal certification and marketing strategies is an obstacle in the development of their businesses. Halal certification not only increases Muslim consumer confidence but also opens global market opportunities, while effective marketing strategies can expand market reach. KH University Community Service Team. A. Wahab Hasbullah (Unwaha) implemented an empowerment program in Ngusikan District, East Java, to overcome this problem. This program includes outreach on the importance of halal certification and marketing training, including digital marketing, marketplace management, branding and sales strategies. The Participatory Action Research (PAR) method is used to involve MSME actors in the process of problem identification, solution and implementation. Continuous assistance is also carried out through monitoring, evaluation and guidance with the Unwaha Halal Center. As a result, coached MSMEs show increased consumer confidence, wider market reach, and income growth. This program not only provides short-term solutions but also builds the capacity of MSMEs to compete in the domestic market, supporting inclusive and sustainable economic growth. Halal certification and effective marketing strategies have proven to be an important foundation for supporting the sustainability of MSMEs in a market that is currently facing global competition.

Keywords: Empowerment, Halal Certification, Marketing Strategy, MSMEs.

ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan sektor vital dalam perekonomian Indonesia, namun menghadapi tantangan dalam daya saing di era globalisasi. Kurangnya pemahaman pelaku UMKM terkait sertifikasi halal dan strategi pemasaran menjadi hambatan dalam perkembangan usaha mereka. Sertifikasi halal tidak hanya meningkatkan kepercayaan konsumen Muslim tetapi juga membuka peluang pasar global, sementara strategi pemasaran efektif dapat memperluas jangkauan pasar. Tim Pengabdian Masyarakat Universitas KH. A. Wahab Hasbullah (Unwaha) melaksanakan program pemberdayaan di Kecamatan Ngusikan, Jawa Timur, untuk mengatasi permasalahan tersebut. Program ini mencakup sosialisasi pentingnya sertifikasi halal dan pelatihan pemasaran, termasuk pemasaran digital, manajemen marketplace, branding, dan strategi penjualan. Metode Participatory Action Research (PAR) digunakan untuk melibatkan pelaku UMKM dalam proses identifikasi masalah, solusi, dan implementasi. Pendampingan berkelanjutan juga dilakukan melalui monitoring, evaluasi, dan bimbingan bersama Halal Center Unwaha. Hasilnya, UMKM binaan menunjukkan peningkatan kepercayaan konsumen, jangkauan pasar yang lebih luas, serta pertumbuhan pendapatan. Program ini tidak hanya memberikan solusi jangka pendek tetapi juga membangun kapasitas UMKM untuk bersaing di pasar domestik, mendukung pertumbuhan ekonomi inklusif dan berkelanjutan. Sertifikasi halal dan strategi pemasaran terbukti menjadi alat strategis bagi UMKM dalam menghadapi tantangan industri modern.

Kata Kunci: Pemberdayaan, Sertifikasi Halal, Strategi Pemasaran, UMKM.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar utama perekonomian Indonesia. Dengan kontribusi signifikan terhadap produk domestik bruto (PDB) dan penyediaan lapangan kerja bagi sebagian besar masyarakat, UMKM memiliki peran strategis dalam menciptakan stabilitas ekonomi (Fadhli et al., 2024). Namun, di era globalisasi dan transformasi digital saat ini, UMKM menghadapi tantangan yang semakin kompleks, termasuk persaingan yang ketat di pasar domestik maupun internasional.

Peningkatan daya saing menjadi kunci keberlanjutan UMKM dalam menghadapi tantangan tersebut. Daya saing yang kuat tidak hanya memungkinkan UMKM untuk bertahan, tetapi juga membuka peluang untuk berkembang lebih luas, baik dalam hal ekspansi pasar maupun inovasi produk. Dengan meningkatkan daya saing, UMKM dapat meningkatkan efisiensi operasional, memperkuat posisi pasar, dan menghadirkan produk atau layanan yang memiliki nilai tambah (Nasrulloh et al., 2024).

Faktor-faktor seperti adopsi teknologi, inovasi layanan, pengembangan sumber daya manusia, kemampuan menjalin kemitraan, serta kepastian keamanan produk menjadi elemen krusial dalam meningkatkan daya saing UMKM (Fahimah et al., 2023). Namun, di tengah persaingan yang semakin ketat, terutama dalam era globalisasi dan transformasi digital, UMKM dituntut untuk meningkatkan daya saing mereka agar mampu bertahan dan berkembang di pasar lokal maupun internasional. Salah satu langkah strategis yang dapat diambil adalah memastikan bahwa produk yang dihasilkan memenuhi standar kualitas dan kepercayaan konsumen, salah satunya melalui sertifikasi halal.

Sertifikasi halal tidak hanya berfungsi sebagai penanda bahwa suatu produk memenuhi standar kehalalan menurut syariat Islam, tetapi juga menjadi alat yang efektif untuk meningkatkan daya saing UMKM. Di Indonesia, sebagai negara dengan mayoritas penduduk Muslim, sertifikasi halal menjadi nilai tambah yang dapat meningkatkan kepercayaan konsumen. Selain itu, di pasar internasional, produk bersertifikat halal memiliki peluang besar untuk menjangkau segmen pasar Muslim yang terus berkembang secara global.

Bagi UMKM, sertifikasi halal dapat memberikan berbagai manfaat strategis, seperti meningkatkan daya jual produk, membuka akses ke pasar ekspor, serta membangun reputasi bisnis yang lebih baik. Sertifikasi ini juga menjadi indikator kualitas yang sering kali dijadikan syarat oleh mitra bisnis atau pasar modern, sehingga memperkuat posisi UMKM dalam rantai pasok. Di sisi lain, sertifikasi halal juga mendukung upaya pemerintah dalam meningkatkan daya saing produk lokal di pasar global melalui *branding* "Halal Indonesia" sebagai kekuatan ekonomi (Anandita et al., 2022).

Sertifikasi halal tidak hanya relevan dari perspektif keagamaan, tetapi juga dari sudut pandang bisnis dan ekonomi. Dengan mengintegrasikan sertifikasi halal dalam strategi peningkatan daya saing, UMKM dapat lebih kompetitif, baik di pasar domestik maupun internasional, sekaligus berkontribusi dalam mewujudkan pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan.

Oleh karena itu, perlu adanya sinergi antara pelaku UMKM, pemerintah, dan berbagai pihak terkait untuk menciptakan ekosistem yang mendukung pengembangan daya saing UMKM. Pendekatan ini tidak hanya relevan dalam konteks pasar lokal, tetapi juga memberikan peluang bagi UMKM untuk bersaing di pasar global. Sehingga pemberdayaan UMKM oleh semua pihak menjadi hal yang harus dilakukan.

Program pemberdayaan UMKM ini mempunyai tujuan yang salah satunya adalah untuk meningkatkan kemandirian ekonomi masyarakat. Kemandirian ekonomi masyarakat sangat diperlukan guna meningkatkan keberdayaan rumah tangga dan ketahanan ekonomi masyarakat dalam mengisi pembangunan nasional. Hal ini sejalan dengan program pemerintah yang ada dalam pengelolaan ekonomi kreatif dan dituangkan melalui Undang- Undang Nomor 24 tahun 2019 yang bertujuan untuk mengoptimalkan kreativitas sumber daya manusia yang berbasis warisan budaya, ilmu pengetahuan, dan teknologi (Yulia, 2019).

Sertifikat halal memiliki peran penting secara global, yang mencerminkan kebutuhan dan peluang yang berkembang di pasar internasional. Di antaranya dengan populasi Muslim yang mencapai lebih dari 1,8 miliar di seluruh dunia, permintaan akan produk halal meningkat pesat. Pasar halal menjadi salah satu segmen yang berkembang dengan cepat dalam industri makanan dan minuman, kosmetik, dan produk lainnya (Aisyah & Rachmadi, 2022). Sertifikasi halal tidak hanya berfungsi sebagai label keagamaan, tetapi juga mendorong perusahaan untuk meningkatkan kualitas dan transparansi dalam proses produksi, sehingga meningkatkan standar keselamatan dan kebersihan produk.

Berlandaskan dengan UU No.33 2014 tentang JPH yang Diverensi melalui UU No.21 2020 Tentang CIPTAKER tentang Mendorong percepatan sertifikasi halal bagi aneka produk (barang dan jasa) untuk meningkatkan daya saing dan nilai tambah bagi pelaku usaha, Keberpihakan pada pelaku usaha mikro kecil

(pro UMK) dengan menyediakan pembiayaan gratis sertifikasi halal dan kemudahan prosedur sertifikasi halal, Melibatkan pemangku kepentingan halal yang luas meliputi kementerian, lembaga, instansi, perguruan tinggi, ormas dan lembaga keagamaan Islam, dan Penyederhanaan perijinan berusaha (mudah, cepat, meningkatkan investasi) melalui integrasi perijinan tunggal (*One Single Submission*). (Fathoni, 2020)

Sertifikat halal memberikan berbagai manfaat bagi UMKM, Produk bersertifikat halal dapat dijual di pasar domestik dan internasional, terutama di negara-negara dengan populasi Muslim besar. Sertifikat halal menunjukkan bahwa produk memenuhi standar agama dan kualitas, yang dapat meningkatkan kepercayaan dan loyalitas konsumen. Memiliki sertifikat halal bisa menjadi pembeda dari pesaing yang tidak memiliki sertifikat tersebut, menarik pelanggan yang mengutamakan kehalalan produk.

Di beberapa negara, sertifikat halal merupakan persyaratan untuk memasarkan produk makanan dan minuman, sehingga mematuhi regulasi setempat. Peningkatan Citra Brand: Sertifikat halal dapat memperkuat citra *brand* sebagai perusahaan yang peduli dengan kualitas dan kepatuhan pada standar etika. Mempermudah kerja sama dengan distributor, pengecer, dan mitra bisnis yang membutuhkan jaminan kehalalan produk. Dengan manfaat-manfaat tersebut, sertifikat halal dapat mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan UMKM dalam pasar yang semakin kompetitif. (Sa'ad, 2017)

Adapun tujuan kegiatan sosialisasi sertifikat halal dan sekaligus pendampingan marketing guna meningkatkan daya saing antar usaha baik di dalam negeri dan luar negeri, selain itu tujuan sosialisasi sertifikasi halal sendiri untuk memberikan pemahaman dan pengetahuan tentang manfaatnya sertifikat halal sehingga memberikan kepastian status kehalalan suatu produk sebagai jaminan konsumen.

Ada beberapa UMKM yang baru menjadi binaan Universitas KH. A. Wahab Hasbullah (Unwaha) yang ada di daerah kecamatan Ngusikan. Ada yang beralamat di dusun Mlrep, Dusun Ketapang Rejo, Dusun Kemuning, dan Dusun Simowau. Pelaku UMKM tersebut diantaranya : UD tree enco jamu beras kencur yang memproduksi minuman herbal (jamu), Krupuk Renyah Mak Rah yang memproduksi camilan kerupuk, Kedai Phiyaa yang memproduksi berbagai macam kue, Nyokelat yang memproduksi minuman coklat.

Berdasarkan temuan di lapangan, saat ini masih terdapat beberapa permasalahan yang dihadapi oleh UMKM tersebut, terbukti masih belum bisa berkembang dengan pesat dalam menjalankan usahanya, padahal usaha yang digelutinya sudah berjalan lebih dari tiga tahun. Permasalahan yang ditemukan diantaranya adalah; (1) pelaku UMKM belum memahami pentingnya sertifikasi halal dan dampaknya pada perkembangan produk yang dikembangkan di UMKM tersebut; (2) Pelaku UMKM juga belum mengetahui cara mengajukan proses pembuatan sertifikasi halal; (3) Pelaku UMKM belum memahami macam strategi pemasaran yang lebih efektif yang dapat dijalankan oleh UMKM tersebut.

Masalah-masalah yang telah diidentifikasi, termasuk kurangnya pemahaman pelaku UMKM tentang pentingnya sertifikasi halal dan strategi pemasaran yang efektif, menjadi perhatian utama yang diambil oleh Tim Pengabdian Masyarakat Universitas KH. A. Wahab Hasbullah (Unwaha) untuk menjadi fokus pertama dalam pelaksanaan kegiatan pemberdayaan masyarakat pada kesempatan kali ini. Dalam upaya memberikan solusi yang konkret terhadap berbagai kendala yang dihadapi oleh pelaku UMKM, tim tersebut menyusun sebuah program yang tidak hanya mencakup sosialisasi sertifikasi halal sebagai langkah awal untuk meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk-produk mereka, tetapi juga pelatihan strategi pemasaran yang bertujuan untuk memperluas jangkauan pasar mereka secara signifikan.

Program yang dirancang ini tidak hanya bertujuan untuk memberikan solusi jangka pendek terhadap masalah-masalah yang ada, tetapi juga untuk menciptakan fondasi yang kokoh dalam rangka membangun kapasitas dan kemandirian pelaku UMKM dalam jangka panjang, sehingga mereka dapat terus berkembang dan bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Sehingga tim pengabdian masyarakat Universitas KH. A. Wahab Hasbullah (Unwaha) melakukan kajian dan memutuskan untuk melaksanakan program sosialisasi sertifikasi halal dan strategi pemasaran bagi UMKM. Kegiatan ini juga melibatkan Halal Center Universitas KH. A. Wahab Hasbullah (Unwaha) sebagai upaya keberlanjutan pasca kegiatan sosialisasi nantinya.

METODE

Kegiatan Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat oleh tim Universitas KH. A. Wahab Hasbullah (Unwaha) ini dilaksanakan selama beberapa hari, yakni pada bulan oktober 2024. Metode yang digunakan adalah metode *Participatory Action Research* (PAR) (Putri & Billah, 2019). Dengan metode ini, Tim Pengabdian dan pemberdayaan Masyarakat Unwaha dapat memiliki *effort* yang banyak untuk melibatkan masyarakat dalam kegiatan sosial kemasyarakatan. Sehingga nantinya tim pengabdian masyarakat ini dapat menyusun dan memetakan permasalahan yang terjadi dalam masyarakat. Pada saat yang sama, tim juga

tetap harus mendengarkan solusi yang ditawarkan oleh masyarakat apabila ditemukan Solusi yang lebih solutif untuk dijadikan sebagai pemecahan masalah.

Kegiatan tersebut diikuti oleh beberapa pelaku UMKM, baik yang sudah menjadi binaan maupun beberapa ibu rumah tangga yang baru menjalankan usaha. Kegiatan dimulai dengan pemaparan tentang manajemen usaha yang memuat tentang cara mengelola usaha dari awal, yang selanjutnya memaparkan tentang sertifikasi halal bagi produknya, dan pemaparan materi terakhir adalah tentang strategi pemasaran UMKM. Selain materi yang dipaparkan di ruang pertemuan desa Ketapangkuning Kecamatan Ngusikan, juga dilaksanakan pendampingan langsung pasca sosialisasi.

Langkah yang dilakukan dalam melakukan kegiatan pengabdian dan pemberdayaan kepada Masyarakat ini meliputi observasi dan diskusi yang dilanjutkan dengan sosialisasi dan pelatihan, serta dilanjutkan dengan pendampingan dan evaluasi. Melalui kegiatan ini diharapkan masyarakat mampu menangkap materi yang nantinya akan dijelaskan dan dipraktikkan secara langsung dalam kegiatan.

Pelaksanaan kegiatan pengabdian dan pemberdayaan kepada Masyarakat ini dilakukan di Aula Desa Ketapangkuning, Kecamatan Ngusikan Kabupaten Jombang Jawa Timur. Kegiatan pengabdian kepada Masyarakat dilaksanakan pada bulan oktober 2024.

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada Masyarakat berdasarkan rancangan yang telah ditentukan pada tabel berikut ini.

Tabel 1. Rancangan Pelaksanaan Kegiatan

No.	Jenis Kegiatan	Waktu Pelaksanaan
1.	Survei ke Lokasi	6 Oktober 2024
2.	Pelaksanaan pelatihan manajemen usaha dan pemasaran	19 Oktober 2024
	Pelaksanaan sosialisasi sertifikasi halal	20 Oktober 2024
3.	Pendampingan & Evaluasi	22 - 24 Oktober 2024

Sumber: data internal tim (2024)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peranan penting dalam perekonomian Indonesia, termasuk di daerah-daerah terpencil seperti Kecamatan Ngusikan. UMKM tidak hanya menjadi sumber penghidupan bagi masyarakat setempat, tetapi juga menjadi sarana untuk melestarikan kearifan lokal, seperti kuliner tradisional dan camilan khas. Dalam konteks ini, Universitas KH. A. Wahab Hasbullah (Unwaha) mengambil langkah proaktif untuk mendukung UMKM binaannya di beberapa dusun, yaitu Dusun Mlerep, Dusun Ketapang Rejo, Dusun Kemuning, dan Dusun Simowau.

Pelaku UMKM yang menjadi binaan, seperti UD Tree Enco Jamu Beras Kencur, Krupuk Renyah Mak Rah, Kedai Phiyaa, dan Nyokelat, menghadapi berbagai tantangan yang menghambat perkembangan usaha mereka meskipun telah berjalan lebih dari tiga tahun. Beberapa masalah utama yang ditemukan meliputi kurangnya pemahaman tentang pentingnya sertifikasi halal, proses pengajuannya, serta penerapan strategi pemasaran yang efektif. Untuk mengatasi masalah ini, tim pengabdian masyarakat Unwaha, bekerja sama dengan Halal Center Unwaha, telah menyusun program sosialisasi sertifikasi halal dan pelatihan strategi pemasaran sebagai solusi.

Permasalahan yang Dihadapi UMKM di daerah kecamatan Ngusikan, terutama di desa Ketapangkuning diantaranya adalah:

Kurangnya pemahaman tentang pentingnya sertifikasi halal menjadi salah satu masalah mendasar yang ditemukan di kalangan pelaku UMKM. Banyak dari mereka tidak menyadari bahwa sertifikasi halal tidak hanya memberikan kepercayaan kepada konsumen Muslim, yang merupakan mayoritas penduduk Indonesia, tetapi juga membuka peluang untuk memperluas pasar, baik secara lokal maupun global. Dengan adanya label halal, konsumen merasa lebih aman dan percaya terhadap kualitas serta kehalalan produk tersebut. Namun, pelaku UMKM di Ngusikan belum memahami dampak positif dari sertifikasi ini terhadap daya saing produk mereka. Hal ini menjadi hambatan besar, terutama ketika harus bersaing dengan produk lain yang sudah memiliki sertifikasi halal. Tanpa label halal, produk UMKM sulit menembus pasar modern, seperti supermarket atau platform daring yang mensyaratkan sertifikasi tersebut.

Selain kurangnya kesadaran tentang pentingnya sertifikasi halal, pelaku UMKM juga menghadapi kendala teknis dalam memahami prosedur pengajuannya. Sertifikasi halal melibatkan serangkaian proses administratif, audit, dan verifikasi yang sering kali dianggap rumit oleh pelaku usaha kecil. Ketidaktahuan ini membuat pelaku UMKM enggan memulai proses sertifikasi atau bahkan merasa tidak mampu melakukannya.

Permasalahan lain yang dihadapi adalah minimnya pengetahuan pelaku UMKM terkait strategi pemasaran. Sebagian besar pelaku UMKM di Ngusikan masih mengandalkan pemasaran konvensional, seperti penjualan langsung di pasar tradisional atau melalui jaringan sosial di sekitar tempat tinggal mereka. Strategi ini cenderung tidak efektif dalam menarik konsumen baru atau memperluas jangkauan pasar. Selain itu, pelaku UMKM belum memanfaatkan platform digital secara optimal, seperti media sosial, marketplace, atau strategi branding yang kuat.

Sehingga masalah-masalah tersebut diambil oleh Tim Pengabdian Masyarakat Unwaha untuk focus pertama dalam kegiatan pemberdayaan Masyarakat kali ini. Untuk mengatasi berbagai permasalahan di atas, tim pengabdian masyarakat Unwaha menyusun program yang mencakup dua fokus utama, yaitu sosialisasi sertifikasi halal dan pelatihan strategi pemasaran. Program ini tidak hanya dirancang untuk memberikan solusi jangka pendek tetapi juga untuk membangun kapasitas pelaku UMKM dalam jangka panjang.

Sosialisasi sertifikasi halal dilakukan untuk memberikan pemahaman kepada pelaku UMKM mengenai pentingnya sertifikasi halal serta langkah-langkah yang perlu diambil untuk mendapatkannya. Dalam kegiatan ini, Halal Center Unwaha dilibatkan sebagai mitra strategis. Materi yang disampaikan mencakup penjelasan tentang manfaat sertifikasi halal, seperti peningkatan kepercayaan konsumen, akses ke pasar yang lebih luas, dan peningkatan daya saing produk. Selain itu, sosialisasi juga membahas tahapan pengajuan sertifikasi, mulai dari pendaftaran, audit produk, hingga penerbitan sertifikat, disertai panduan praktis untuk mempermudah proses administrasi. Tidak hanya teori, pelaku UMKM juga diberikan pendampingan langsung untuk mempersiapkan dokumen yang diperlukan dan memahami standar halal yang berlaku. Melalui kegiatan ini, diharapkan pelaku UMKM dapat memahami pentingnya sertifikasi halal sekaligus memiliki kemampuan untuk mengurusnya secara mandiri.

Pelatihan strategi pemasaran dirancang untuk membantu pelaku UMKM meningkatkan jangkauan pasar dan menarik lebih banyak konsumen. Dalam pelatihan ini, pelaku UMKM diberikan informasi tentang penggunaan media sosial, seperti Instagram dan Facebook, sebagai sarana promosi. Mereka diajarkan cara membuat akun serta menggunakan konten sederhana namun menarik, seperti foto produk, video promosi, dan *caption* yang menjual. Selain itu, pelaku UMKM juga diperkenalkan dengan cara berjualan di platform *e-commerce*, seperti Tokopedia, Shopee, atau Bukalapak, termasuk cara membuat akun, mengelola toko online, dan menangani pesanan secara profesional. Materi pelatihan juga mencakup pengembangan *branding* dan *packaging* untuk meningkatkan daya tarik produk melalui desain kemasan yang menarik dan identitas merek yang konsisten. Pelaku UMKM juga diberikan tips dan trik untuk meningkatkan penjualan, seperti penggunaan diskon dan strategi lainnya. Pelatihan ini dirancang secara praktis sehingga pelaku UMKM dapat langsung menerapkan strategi yang dipelajari dalam usaha mereka.

Keberlanjutan program menjadi salah satu aspek penting yang dirancang oleh tim pengabdian dan pemberdayaan masyarakat Unwaha bersama Halal Center Unwaha. Mekanisme pendampingan pasca-sosialisasi dibuat untuk memastikan pelaku UMKM tetap mendapatkan dukungan. Pelaku UMKM akan dimonitor secara berkala untuk melihat perkembangan mereka dalam menerapkan ilmu yang telah diberikan. Jika mereka menghadapi kendala dalam pengurusan sertifikasi halal atau strategi pemasaran, tim Halal Center siap memberikan bimbingan lebih lanjut. Selain itu, tim Unwaha juga membantu pelaku UMKM membangun jaringan dengan komunitas UMKM lainnya, baik di tingkat lokal maupun nasional, sehingga mereka dapat memperluas koneksi dan peluang usaha mereka.



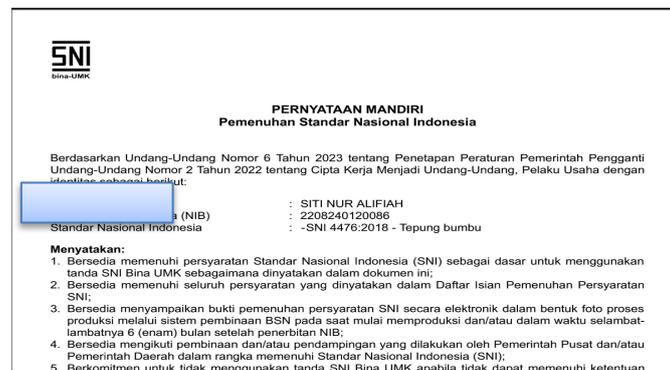
Gambar 1. Penyampaian materi dan sosialisasi



Gambar 2. Peserta pelatihan dan sosialisasi



Gambar 3. Pendampingan langsung pasca pelatihan



Gambar 4. Contoh pendampingan pengisian administrasi

Sehingga, melalui program ini menunjukkan hasil bahwa UMKM binaan Unwaha di Kecamatan Ngusikan dapat mengalami peningkatan dalam berbagai aspek, seperti; (1) Meningkatkan Kepercayaan Konsumen, yakni dengan memiliki sertifikasi halal, produk UMKM akan lebih dipercaya oleh konsumen, terutama di pasar modern; (2) Memperluas Jangkauan Pasar, yakni dengan strategi pemasaran yang lebih efektif, UMKM dapat menjangkau lebih banyak konsumen, baik di dalam maupun di luar daerah; (3) Meningkatkan Pendapatan, yakni dengan kombinasi sertifikasi halal dan strategi pemasaran yang tepat, pelaku UMKM dapat meningkatkan penjualan dan pendapatan mereka yang berkelanjutan.

SIMPULAN

UMKM di Kecamatan Ngusikan, khususnya binaan Unwaha seperti UD Tree Enco Jamu Beras Kencur, Krupuk Renyah Mak Rah, dan Nyoklat menghadapi tantangan dalam pengembangan usahanya, termasuk kurangnya pemahaman tentang pentingnya sertifikasi halal dan penerapan strategi pemasaran yang efektif. Sertifikasi halal, yang dapat meningkatkan kepercayaan konsumen Muslim dan daya saing

produk, sering kali diabaikan akibat ketidaktahuan dan kerumitan proses pengajuan. Selain itu, pelaku UMKM masih mengandalkan metode pemasaran konvensional yang membatasi jangkauan pasar mereka. Untuk mengatasi masalah ini, tim pengabdian dan pemberdayaan masyarakat Unwaha bekerja sama dengan Halal Center Unwaha melaksanakan sosialisasi dan pelatihan. Program ini mencakup bimbingan sertifikasi halal, pemasaran digital, manajemen *marketplace*, dan strategi *branding*. Pendampingan pasca-pelatihan juga dilakukan melalui monitoring dan evaluasi berkala. Hasilnya menunjukkan bahwa upaya ini membantu UMKM meningkatkan kepercayaan konsumen, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan pendapatan dan berkelanjutan.

Rekomendasi:

1. Peningkatan Literasi Sertifikasi Halal : Pemerintah, perguruan tinggi, dan lembaga terkait perlu memperluas program sosialisasi sertifikasi halal kepada pelaku UMKM. Hal ini dapat dilakukan melalui pelatihan reguler yang menjelaskan pentingnya sertifikasi halal, prosedur pengajuan, dan manfaat strategisnya dalam meningkatkan kepercayaan konsumen serta akses pasar.
2. Optimalisasi Pendampingan UMKM : Pendampingan pasca-sosialisasi harus menjadi prioritas agar pelaku UMKM tidak hanya memahami teori tetapi juga mampu mengaplikasikan ilmu yang diberikan. Pendampingan ini dapat melibatkan Halal Center atau lembaga sejenis untuk membantu proses administrasi dan audit produk secara menyeluruh hingga sertifikat halal diperoleh.
3. Pengembangan Kompetensi Pemasaran Digital : Pelatihan pemasaran digital yang lebih mendalam dan praktis perlu dilakukan untuk memanfaatkan platform *e-Commerce* dan media sosial sebagai sarana promosi. UMKM harus dibekali kemampuan mengelola *marketplace*, membuat konten menarik, dan memanfaatkan fitur pemasaran berbayar secara efektif.
4. Kolaborasi dan Kemitraan Strategis : Diperlukan sinergi antara UMKM, perguruan tinggi, pemerintah daerah, dan sektor swasta untuk menciptakan ekosistem yang mendukung daya saing UMKM. Kolaborasi ini bisa melibatkan program binaan UMKM, akses pembiayaan untuk sertifikasi halal, dan pengembangan jaringan pemasaran yang lebih luas.
5. Monitoring dan Evaluasi Berkelanjutan : Program pemberdayaan UMKM perlu dilengkapi dengan sistem monitoring dan evaluasi yang terstruktur untuk memastikan keberlanjutan program. Hal ini penting agar pelaku UMKM terus mendapatkan dukungan teknis dan dapat meningkatkan kualitas produk serta strategi pemasaran secara berkelanjutan.
6. Penguatan *Branding* Produk Lokal : Diperlukan program pelatihan untuk membantu UMKM membangun identitas merek yang kuat melalui desain kemasan, *storytelling* produk, dan *branding* sesuai target pasar. *Branding* yang baik akan meningkatkan daya tarik produk di pasar domestik maupun internasional.

Dengan menerapkan rekomendasi ini, UMKM diharapkan mampu mengatasi tantangan yang dihadapi dan berkontribusi lebih besar terhadap perekonomian nasional. Sertifikat halal memiliki peran penting secara global, yang mencerminkan kebutuhan dan peluang yang berkembang di pasar internasional. Pasar halal menjadi salah satu segmen yang berkembang dengan cepat dalam pasar industri makan dan minuman, kosmetik, dan produk lainnya. Sertifikat halal memberikan berbagai manfaat bagi UMKM, produk bersertifikat halal dapat dijual dipasar kosmetik dan internasional, terutama di negara-negara dengan populasi muslim besar.

DAFTAR RUJUKAN

- Aisyah, S., & Rachmadi, K. R. (2022). Digitalisasi Pemasaran Melalui Sosial Media Marketing Pada Pelaku Umkm Guna Peningkatan Pendapatan. *RESWARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 442–448. <https://doi.org/https://doi.org/10.46576/rjpkm.v3i2.1866>
- Anandita, S. R., Al-faqih, M. I., Azah, I. N., Ghusain, N., Mahendri, W., & Fadhli, K. (2022). Peningkatan Daya Saing Produk Pelaku Industri Makanan Olahan UMKM melalui Pelatihan Sertifikasi Halal dan BPOM. *Jumat Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(3), 183–187. <https://doi.org/10.32764/abdimasekon.v3i3.3278>
- Fadhli, K., Rahmawati, I., Widyaningsih, B., Nazila, L. R., Dhiyaaulhaq, N., & Islam, A. B. A. (2024). Peningkatan Pendapatan Keluarga Melalui Pelatihan Wirausaha Produk Olahan Makanan. *Jumat Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 1–8. <https://doi.org/10.32764/abdimasekon.v5i1.3135>
- Fahimah, M., Satiti, W. S., Fadhli, K., Listiani, A., Putri, A. U., & Santoso, T. A. (2023). Pelatihan Digital

- Marketing Menggunakan Media Sosial Instagram Dan Marketplace Bagi Pelaku Umkm Desa Kalikejambon, Jombang. *Jurnal Abdi Inovatif (Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 2(2), 61–70. <https://doi.org/10.31938/jai.v2i2.481>
- Fathoni, M. A. (2020). Potret Industri Halal Indonesia: Peluang Dan Tantangan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(3), 428. <https://doi.org/https://doi.org/10.29040/jiei.v6i3.1146>
- Nasrulloh, M. F., Mahendri, W., Fadhli, K., & Maksum, M. J. S. (2024). Pelatihan Digital Marketing Produk UMKM Pada Masyarakat Desa Betek Guna Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *Jumat Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 57–63. <https://doi.org/10.32764/abdimasekon.v4i2.4019>
- Putri, W. N., & Billah, A. (2019). Pengembangan Media Pembelajaran Bahasa Arab berwawasan Sains berbasis Mobile Android. *LISANIA: Journal of Arabic Education and Literature*, 3(2), 163–179. <https://doi.org/10.18326/lisania.v3i2.163-179>
- Sa'ad, W. N. (2017). *PENGARUH E-COMMERCE TERHADAP PENINGKATAN PENDAPATAN SENTRA INDUSTRI KERIPIK PISANG BANDARLAMPUNG DITINJAU DARI ETIKA BISNIS ISLAM (Studi pada Sentra Industri Keripik Pisang di Kota Bandarlampung)*. UIN Raden Intan Lampung.
- Yulia, Lady. (2019). Halal Products Industry Development Strategy. *Jurnal Bisnis Islam*, 8(1), 121–132.