

***UMKM Assistance Through Halal Product Certification
and Digital Marketing in Pagerngumbuk Village***

**Pendampingan UMKM Melalui Sertifikasi Produk Halal
dan Digital Marketing di Desa Pagerngumbuk**

Maulana Rizky Widhiarto, Maulidatus Solichah, Sarwenda Biduri*.

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Jl. Majapahit, 666 B, Sidoarjo, Telp : 031-89454444,
Fax : 031-8949333

Manajemen, Fakultas Bisnis Hukum dan Ilmu Sosial, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo
e-mail: sarwendabiduri@umsida.ac.id Telp : 085704836101

Abstract. *The purpose of this community service activity is to provide assistance regarding the use of digital marketing and provide information about the process of licensing the legalization of halal products for UMKM actors in the Pagerngumbuk village. The method we chose to carry out this research activity was to provide knowledge about the importance of using digital technology to market products in the modern era and provide information about the process of legalizing halal products for UMKM actors in the village of Pagerngumbuk. In this study we used descriptive qualitative research methods. This activity was carried out in the form of socialization to the Pagerngumbuk village community about the use of digital technology to market products in the modern era and providing information about the process of legalizing halal products for UMKM actors in the Pagerngumbuk village. With this activity, it is hoped that the Pagerngumbuk village community, especially for UMKM actors, can get knowledge and information about the use of digital technology and the process of legalizing halal products. The results we got after socializing UMKM assistance showed that increasing consumer access to micro-enterprises had an impact on increasing the turnover of UMKM actors. The use of digital technology has created new markets for products and added new creative innovations for UMKM business players.*

Keywords: *digital marketing, UMKM , legalization*

Abstrak. Tujuan kegiatan pengabdian masyarakat ini untuk memberikan pendampingan mengenai pemanfaatan digital marketing dan memberikan informasi tentang proses melakukan perizinan legalisasi produk halal bagi pelaku UMKM di desa pagerngumbuk. Metode yang kami pilih untuk melaksanakan kegiatan peneitian ini adalah dengan memeberikan pengetahuan pentingnya pemanfaatan teknologi digital untuk memasarkan produk di era modern dan memberikan informasi mengenai proses legalisasi produk halal bagi pelaku UMKM di desa pagerngumbuk. Dalam penelitian ini kami menggunakan metode

penelitian kualitatif deskriptif. Kegiatan ini dilakukan dalam bentuk sosialisasi kepada masyarakat desa pagerngumbuk tentang pemanfaatan teknologi digital untuk memasarkan produk di era modern dan memberikan informasi mengenai proses legalisasi produk halal bagi pelaku UMKM di desa pagerngumbuk. Dengan kegiatan ini di harapkan masyarakat desa pagerngumbuk khususnya bagi pelaku UMKM bisa mendapat pengetahuan dan informasi mengenai pemanfaatan teknologi digital dan proses legalisasi produk halal. Hasil yang kami dapatkan usai melakukan sosialisasi pendampingan UMKM menunjukkan peningkatan akses konsumen kepada usaha mikro berdampak kepada peningkatan omset pelaku UMKM. Pemanfaatan teknologi digital telah menciptakan pasar baru bagi produk dan menambah inovasi kreatifitas baru bagi pelaku bisnis UMKM.

Keywords : digital marketing, UMKM, legalisasi

Pendahuluan

Di era sekarang semua hal mampu dikembangkan melalui media sosial. Di bidang perekonomian saat ini, semua jenis usaha yang beraneka ragam dapat dipasarkan melalui media sosial. Kreativitas dibutuhkan untuk era saat ini, karena pada dasarnya kita semua membutuhkan hal baru dalam menciptakan sesuatu. Bisnis tanpa adanya kreativitas akan menjadikan bisnis itu tergantung oleh pebisnis lain yang memiliki kreativitas. Dalam berbisnis, kreativitas dalam mengembangkan teknologi informasi telah banyak mengubah cara pandang pebisnis dalam menjalankan bisnisnya. Kreativitas berarti menciptakan sesuatu yang baru dan memperbaiki sesuatu lama ke baru. Dengan adanya media sosial saat ini mengalami peningkatan yang pesat dan dan semakin gencar contohnya menuntuk kreatifitas ketika melakukan promosi produk. Bisnis yang mengalami perkembangan tidak hanya pebisnis besar namun juga bagi berlaku di sektor UMKM. Bisnis di dunia digital menuntut kemampuan pebisnis untuk dapat beradaptasi, di mana dalam aktivitasnya didukung dan difasilitasi oleh kemajuan perkembangan teknologi dan informasi. Produk yang diciptakan oleh pihak UMKM dapat diakses lebih mudah hanya dengan melihat di internet. Akses internet di era sekarang lebih mudah didapat, karena saat ini memiliki ekases internet dan seiring bertambahnya waktu kemampuan mengakses internet semakin meningkat dan cepat. Hal tersebut menambah peluang bagi para pelaku UMKM untuk memanfaatkan akses internet dan media sosial untuk menjalankan bisnisnya atau bisa juga meningkatkan efektifitas kinerja nya.

Strategi promosi pemasaran bisnis UMKM dengan pemanfaatan media sosial menjadi fokus kami melakukan pengabdian kepada masyarakat. Agar dapat memanfaatkan eksistensi bisnis pada saat ini, maka hal yang penting harus dilakukan yaitu bagaimana memanfaatkan teknologi informasi yang sudah ada dengan mengoptimalkan pada kinerja bisnis. Pada saat ini keberadaan media sosial meningkat sangat pesat, ada banyak platform media sosial yang bisa dimanfaatkan untuk berbisnis seperti facebook, whatsapp grup, instagram dan lain sebagainya. Saat ini selain dibuat untuk berkomunikasi dengan orang lain media sosial juga bisa sebagai sarana untuk mempromosikan produk secara luas. Dengan adanya media sosial tersebut semakin mempermudah dan efektif untuk melakukan bisnis dan pemanfaatan internet secara optimal.

Selain pemasaran produk secara online pelaku UMKM juga banyak yang belum tau tentang pentingnya sertikasi halal pada produk. Islam telah mengatur dalam al-Qur'an dan hadist mengenai halal dan haram pada suatu produk makanan dan minuman. Sertifikasi halal

merupakan salah satu etika bisnis yang paling penting diterapkan di Indonesia karena mayoritas masyarakat Indonesia adalah agama Islam selain sebagai jaminan halal, sertifikasi produk juga memiliki manfaat yang menguntungkan secara ekonomis bagi pelaku UMKM, seperti (1) memiliki Unique selling point, (2) meningkatkan kepercayaan konsumen, (3) mampu bersaing pada pasar halal global, (4) meningkatkan marketability produk.

Kegiatan pendampingan UMKM di Desa Pagerngumbuk ini diharapkan memiliki manfaat untuk masyarakat setempat dalam mengelola bisnis mereka agar memberikan dampak yang luas dan tepat sasaran untuk meningkatkan bisnis UMKM di Desa Pagerngumbuk. Pendampingan yang dilakukan ini diharapkan dapat mengoptimalkan capaian yang ditargetkan melalui internet. Hidayat, A. R., & Kumadji, S. (2016) menyatakan bahwa pasar dunia saat ini memasuki era yang revolusioner. Pada saat ini tingkat efektivitas komunikasi pada pemasaran tradisional sedang turun, namun metode baru yang ada di dunia pemasaran mengalami perkembangan yang sangat pesat. Hal tersebut yaitu “pemasaran digital” yang memiliki unsur teknologis, psikologis, antropologis dan humanis dengan menggunakan multimedia yang interaktif dan memiliki kapasitas yang besar. Hasil dari interaksi antara produsen, intermediary pasar, dan konsumen, dengan teknologi yang memegang peran yang paling dominan.

Dari latar belakang di atas, maka dapat dijelaskan bahwa masyarakat Desa Pagerngumbuk perlu pendampingan dalam mempromosikan produk UMKM agar bisa dikenal di berbagai masyarakat luar. Pendampingan ini dilaksanakan oleh seluruh anggota KKN yang di dalamnya mengundang salah satu dosen dari Universitas Muhammadiyah Sidoarjo yaitu Bapak Firman dosen dari prodi Management. Beliau adalah salah satu dosen yang mengerti tentang bagaimana mempromosikan produk UMKM melalui sosial media dan bagaimana proses sertifikasi halal pada produk sehingga masyarakat lebih bisa memahami.

METODE

Kegiatan pendampingan UMKM melalui sertifikasi produk halal dan digital marketing di desa pagerngumbuk dilaksanakan dengan memperkenalkan media social sebagai sarana untuk memasarkan produk yang sangat bermanfaat bagi para pelaku UMKM, serta memberika pemahaman mengenai proses sertifikasi halal pada produk. Pada kegiatan pengabdian masyarakat ini kami memilih menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Menurut Moelg penelitian kualitatif merupakan penelitian yang gunannya untuk menganalisis lebih dalam peristiwa apa yang terjadi dan dialami oleh subjek penelitian secara *universal*, dengan cara deskripsi dalam bentuk kata maupun bahasa dengan cara kajian khusus yang sifatnya alami dengan menggunakan sumber pendekatan metode ilmiah. Moelg (2005:9) dikutip dalam buku Penelitian Kualitatif Hasan Sazali (2020:97). Pada Penelitian kualitatif ini sumber data diperoleh dari cara purposive atau sample.

Dalam hal ini, pendekatan sosial adalah memperlakukan mitra sebagai subjek kegiatan. Hal ini dikarenakan masalah yang akan diselesaikan adalah masalah yang dihadapi mitra berupa penurunan bisnis yang ditandai dengan penurunan omset penjualan, dll. Dalam pendekatan sosial ini, mitra UMKM benar-benar terlibat dalam perencanaan kegiatan secara sosialisasi dengan mitranya dalam bentuk observasi, wawancara dan beberapa percakapan langsung tersebut. Hasil penelitian kualitatif ini lebih menegaskan ke pemaknaan dari pada abstraksi. Dalam penelitian kualitatif ini berfokus pada pencarian fakta dan jawaban atas penelitian di atas ditentukan di lapangan. Penelitian kualitatif deskriptif ini bertujuan untuk pendampingan bisnis UMKM yang ada di Desa Pagerngumbuk.

Kegiatan pendampingan ini memberikan pengetahuan tentang pentingnya sertifikasi halal produk dan digital marketing bagi pelaku UMKM yang ada di desa pagerngumbuk agar pelaku UMKM dapat mempersiapkan produknya untuk di pasarkan secara online. Kegiatan ini memperkenalkan media online seperti whatsapp, instagram, dan facebook sebagai sarana untuk memasarkan produk. Media tersebut kami pilih karena selain tidak membutuhkan biaya media tersebut juga mudah untuk dipahami dan tidak memerlukan keahlian khusus untuk pengoperasiannya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengertian UMKM

UMKM merupakan sebuah kegiatan bisnis yang dilakukan oleh individu, rumah maupun badan usaha kecil. UMKM memiliki 3 kriteria berdasarkan omset pertahun. Berikut adalah jenis-jenis UMKM yaitu : (1) Usaha mikro adalah usaha perorangan yang masih produktif atau badan usaha perorangan yang termasuk dalam kriteria usaha mikro. Dengan maksimal omset pertahun yaitu Rp. 300 juta, asset bisnis Rp. 50 juta. Contoh usaha mikro yakni pedagang asongan, warkop, potong rambut, pedagang pasar. (2) Usaha kecil adalah usaha perorangan yang masih produktif, badan usaha ini bukan merupakan anak perusahaan yang dimiliki, dikuasi, dengan rata-rata omset pertahun Rp. 50 juta hingga Rp. 500 juta. Contohnya seperti bengkel, restoran kecil uaha fotocopy. (3) Usaha menengah merupakan usaha perorangan dengan ekonomi produktif. Omset pertahun yang dimiliki berkisar Rp. 500 juta hingga Rp. 10 miliar dengan penghasilan tahunan berkisar antara Rp. 2,5 miliar sampai maksimal 50 miliar. Contoh usaha menengah yaitu restoran, perusahaan roti, toko bangunan, wedding organizer, coffe shop.

Pendampingan UMKM berbasis digital marketing

Pendampingan UMKM di Desa Pagerngumbuk ini diadakan di Balai Desa Pagerngumbuk, yang dihadiri oleh pebisnis UMKM Desa setempat. Sosialisasi ini di dampingi oleh salah satu dosen dari Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. Beliau adalah Bapak M. Firman Mauludin SE., MM dari prodi manajemen.



Gambar 1.1 sosialisasi UMKM

Kegiatan ini difokuskan bagaimana memanfaatkan media social sebagai sarana untuk menjual produk agar mampu menarik minat konsumen pada pasar online. Pertama yang harus dilakukan pelaku UMKM yaitu (1) membuat akun media social seperti Instagram, facebook, shopee dll serta memisahkan akun pribadi maupun akun untuk usaha, (2) pemberian nama pada akun dibuat secara sederhana agar mudah diingat, (3) membuat postingan mengenai produk dan dibuat semenarik mungkin untuk menarik pelanggan, (4) jika langkah diatas sudah dilakukan kemudian selalu membalas setiap pertanyaan yang diberikan konsumen

dengan jawaban yang ramah, (5) tidak memberikan informasi palsu pada postingan produk agar terhindar dari rendahnya tingkat kepercayaan konsumen.



Gambar 1.2 Sosialisasi UMKM

Sertifikasi produk halal

Kemudian kegiatan berikutnya yaitu tentang proses sertifikasi halal pada produk. Sertifikat halal adalah sebuah fatwa secara tertulis yang dikeluarkan MUI yang menyatakan kehalalan suatu produk yang sesuai dengan syariat produk. Pemberian sertifikat halal pada makanan, minuman dan obat-obatan untuk melindungi konsumen muslim dari produk yang tidak halal. Berikut mekanisme sertifikasi halal : (1) Mendaftarkan diri dan menyiapkan persyaratan yang ditentukan (2) Persyaratan akan di periksa oleh petugas BPJPH (3) Melakukan audit dan dan pemeriksaan pada produk (4) Menyerahkan hasil pemeriksaan pada MUI untuk dikeluarkan fatwa (5) Dan yang terakhir pengeluaran sertifikasi halal jika sudah lolos audit.

Pada awalnya sertifikasi ini dilakukan oleh MUI melalui LPPOM MUI alurnya sebagai berikut : (1) pelaku mempersiapkan segala perlengkapan dokumen, (2) verifikasi LPPOM MUI, (3) melakukan audit yang dilakukan oleh LPPOM MUI, (4) MUI melakukan kajian dan menetapkan kehalalan produk, (5) penerbitan sertifikasi halal.

Tujuan pencantuman logo halal pada produk makanan dan minuman yaitu untuk memberikan kepastian pada informasi yang ditujukan untuk konsumen muslim bahwa makanan dan minuman yang memiliki logo halal benar-benar halal dan sesuai syariat islam. Jadi konsumen yang beragama islam tidak ragu jika ingin membeli makanan dan minuman jika memiliki logo halal pada kemasan produk. Sertifikat halal tidak hanya memberikan manfaat terhadap perlindungan hak-hak konsumen muslim terhadap produk yang tidak halal. Namun sampai saat ini masih banyak ditemukan produk makanan, minuman dan obat-obatan yang masih belum mempunyai logo halal atau juga logo halal yang masih diragukan kebenarannya. Saat ini masih banyak produk yang diragukan halalnya meski memiliki logo halal pada kemasan begitu juga dengan produk yang tidak memiliki logo halal juga belum tentu produk tersebut tidak halal. Pada hukum islam tidak hanya zat yang terkandung itu halal namun juga proses pembuatannya. Begitu juga dengan alat yang dipakai tidak boleh dipakai sama dengan produk yang diproduksi tidak halal.

Kami berharap dengan adanya kegiatan sosialisasi ini masyarakat desa pagerngumbuk khususnya bagi pelaku UMKM bisa mendapat pengetahuan dan informasi mengenai pemanfaatan teknologi digital dan proses legalisasi produk halal.

Hasil yang kami dapatkan usai melakukan sosialisasi pendampingan UMKM menunjukkan peningkatan akses konsumen kepada usaha mikro berdampak kepada

peningkatan omset pelaku UMKM. Pemanfaatan teknologi digital telah menciptakan pasar baru bagi produk dan menambah inovasi kreatifitas baru bagi pelaku bisnis UMKM.

Kesimpulan

Kegiatan pendampingan UMKM berbasis digital marketing mendapatkan hasil yang sangat baik bagi beberapa pelaku UMKM di desa pagerngumbuk. Dari sebelumnya pelaku UMKM yang minim pengetahuan akan pentingnya digital marketing pada produk di era modern dan di masa pandemic covid-19, digital marketing mampu memegang peranan yang sangat penting bagi sarana komunikasi dan promosi, serta pemanfaatan media social yang mudah dipahami dan mampu diakses masyarakat luas. Berdasarkan hasil mengenai sertifikasi halal pada produk dapat disimpulkan bahwa untuk melindungi hak-hak konsumen muslim terhadap produk yang belum memakai logo halal. Hal tersebut memberikan kepastian hukum kepada konsumen muslim agar tidak ragu jika membeli makanan atau minuman karena jika sudah memiliki logo halal dan sudah benar-benar memiliki sertifikasi halal. Maka dari itu sangat penting bagi pelaku UMKM, produsen dan pelaku usaha lainnya untuk mengurus dan mencantumkan logo halal pada produk yang mereka jual.

Daftar PUSTAKA

- Astuti, D., Bakhri, B. S., Zulfa, M., & Wahyuni, S. (2020). Sosialisasi Standarisasi & Sertifikasi Produk Halal di Kota Pekanbaru. *BERDAYA: Jurnal Pendidikan Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 23–32. <https://doi.org/10.36407/berdaya.v2i1.171>
- Faridah, H. D. (2019). SERTIFIKASI HALAL DI INDONESIA: SEJARAH, PERKEMBANGAN, DAN IMPLEMENTASI. *Journal of Halal Product and Research*, 2(2), 68–78. <https://doi.org/10.20473/jhpr.vol.2-issue.2.68-78>
- Hermanu, B. (2016). Implementasi Izin Edar Produk PIRT melalui Model Pengembangan Sistem Keamanan Pangan Terpadu. *Prosiding Seminar Nasional Multidisiplin Ilmu Unisbank Ke-2 "Kajian Multi Disiplin Ilmu Dalam Pengembangan IPTEKS Untuk Mewujudkan Pembangunan Nasional Semesta Berencana (PNSB) Sebagai Upaya Meningkatkan Daya Saing Global*, 1(1), 424–435. <file:///C:/Users/User/Downloads/4225-Article Text-2762-1-10-20160812.pdf>
- Nur, N., & Wijayanti, L. L. (2020). Pendampingan Usaha Mikro Yang Terdampak Covid-19 Melalui Pelatihan Penggunaan Media Sosial Dalam Pemasaran Produk. *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat LPPM UMJ*, 1(1), 1–6.
- Raharja, S. J., & Natari, S. U. (2021). PENGEMBANGAN USAHA UMKM DI MASA PANDEMI MELALUI OPTIMALISASI PENGGUNAAN DAN PENGELOLAAN MEDIA DIGITAL. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 108–123. <https://doi.org/10.24198/kumawula.v4i1.32361>
- Rahmi, N., Maula, N., Nasti, N. N., Adilla, H., Arief, M., Fadhillah, F., Falla, C. Z., Siregar, M. I., & Nashrillah, N. (2021). Pendampingan Pemanfaatan Digital Marketing bagi Pelaku UMKM. *Jurnal Pengabdian Aceh*, 1(2), 64–70.

Setiawan, B., & Fadillah, A. (2020). Pendampingan Penerapan Strategi Promosi Berbasis Digital Bagi UMKM Di Wilayah Kota Bogor. *Jurnal Abdimas Dedikasi Kesatuan*, 1(1), 29–36. <https://doi.org/10.37641/jadkes.v1i1.320>

Syafrida. (2016). SERTIFIKAT HALAL PADA PRODUK MAKANAN DAN MINUMAN MEMBERI PERLINDUNGAN DAN KEPASTIAN HUKUM HAK-HAK KONSUMEN MUSLIM. *ADIL: Jurnal Hukum*, 7(2), 159–174. <https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:BDsuQOHoCi4J:https://media.neliti.com/media/publications/9138-ID-perlindungan-hukum-terhadap-anak-dari-konten-berbahaya-dalam-media-cetak-dan-ele.pdf+&cd=3&hl=id&ct=clnk&gl=id>

Verawati, D. M., Destiningsih, R., & Novitaningtyas, I. (2021). Pendampingan Perizinan PIRT dan Sertifikasi Halal Produk Makanan Ringan Pada Pelaku UMKM di Desa Balesari, Windusari, Magelang. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 6(4), 1166–1175. <https://doi.org/10.30653/002.202164.888>