

Penguatan UMKM Produk Herbal melalui Penerapan Proses Produk Halal dan Pemasaran Digital

Diah Agustina Prihastiwati*, Erni Puji Astutik

Universitas Tidar, Magelang, Indonesia

*Corresponding Author: diahprihastiwati@untidar.ac.id

Info Artikel

Diterima: 31/07/2024

Direvisi: 24/08/2024

Disetujui: 06/09/2024

Abstract. *The decades-old herbal products are one of the potentials owned by Trasan Village, Bandongan District, Magelang Regency. Because of the products' perceived efficacy, their longevity is assured. The products have not received halal certification, thus one of the issues these businesses face is that marketing is still done by going door-to-door. Thus far, halal goods and equipment have been used in the traditional production of herbal products. On the other hand, the UMKM owners will have more chances to grow the marketing network if the products have received halal certification. Additionally, the owners hope to grow their company by reaching a larger market with herbal items. Thus, to increase market penetration, digital marketing training is required. This community service program aims to support traditional herbal product producers with digital marketing and the implementation of the halal product process. Giving training and supervision on the halal certification procedure for UMKM owners and the usage of suitable digital marketing constitutes this community service. Partners receive training on the benefits of registering halal items, the necessity of a halal product certification process, and how to use digital marketing tools. Herbal product entrepreneurs can identify and fulfil the requirements for the halal product process and implement marketing strategies by using digital media with the help of the training and mentorship programs offered. The result of this program showed an increase in the quantity and value of the products. Sales of herbal products have now spread to Yogyakarta due to the increasingly wide marketing area and increasing customer trust in the quality and halal-ness of the products.*

Keywords: Home industry, Herbal products MSME, Halal products process, Digital marketing.

Abstrak. Salah satu potensi yang dimiliki oleh Desa Trasan, Kecamatan Bandongan, Kabupaten Magelang yakni usaha herbal yang telah dijalani puluhan tahun. Produk tersebut dapat bertahan dalam jangka waktu yang lama karena dipercaya khasiatnya. Akan tetapi, salah satu permasalahan yang dihadapi oleh bisnis ini yaitu produk yang belum tersertifikasi halal dan pemasaran yang masih dilakukan dengan mendatangi pembeli secara langsung. Selama ini produk herbal sebenarnya telah diproduksi dengan cara tradisional dan menggunakan produk serta alat yang halal. Akan tetapi, apabila produk telah tersertifikasi halal maka pemilik UMKM akan memiliki peluang yang lebih besar untuk memperluas jaringan pemasaran. Selain itu, pemilik ingin mengembangkan bisnis mereka dengan memasarkan produk jamu ke pasar yang lebih luas. Oleh karena itu, dibutuhkan pelatihan mengenai pemasaran digital untuk memperluas penetrasi pasar. Tujuan dari program pengabdian kepada masyarakat ini adalah untuk membantu penerapan proses produk halal dan pemasaran digital kepada produsen produk herbal tradisional. Pengabdian dilakukan dengan metode pelatihan dan pendampingan mengenai proses sertifikasi halal untuk produk yang dimiliki UMKM serta pemanfaatan pemasaran digital yang tepat. Pelatihan yang diberikan kepada mitra yaitu mengenai kebutuhan proses sertifikasi produk halal, peran penting mendaftarkan produk halal, serta pendampingan penggunaan media pemasaran digital. Melalui program pelatihan dan pendampingan yang diberikan, pengusaha produk herbal dapat mengidentifikasi dan memenuhi persyaratan untuk proses produk halal serta mengaplikasikan teknik pemasaran dengan memanfaatkan media digital. Hasilnya yaitu peningkatan jumlah dan nilai produk yang dijual. Penjualan produk herbal kini telah merambah hingga ke Yogyakarta karena semakin luasnya daerah pemasaran dan meningkatnya kepercayaan pelanggan terhadap kualitas dan kehalalan produk.

Kata Kunci: : Industri rumahan, UMKM produk herbal, Proses produk halal, Pemasaran digital.

How to Cite: Prihastiwati, D. A., & Astutik, E. P. (2024). Penguatan UMKM Produk Herbal melalui Penerapan Proses Produk Halal dan Pemasaran Digital. *Prima Abdika: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(3), 552-561. <https://doi.org/10.37478/abdika.v4i3.4571>



Copyright (c) 2024 Diah Agustina Prihastiwati, Erni Puji Astutik. This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

Pendahuluan

Menurut Undang-Undang No 33 Tahun 2014, pengusaha diharuskan untuk mengajukan sertifikasi halal untuk tiga jenis produk, termasuk makanan dan minuman (Hosanna & Nugroho, 2018; Mohammad, 2021). Dalam rangka meningkatkan inklusivitas produk halal, Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) Kementerian Agama menyediakan 1 juta kuota untuk Sertifikasi Halal Gratis (SEHATI) pada tahun 2023 bagi pengusaha mikro dan kecil (UMK) (Kementerian Agama Republik Indonesia, 2023). Namun, karena banyaknya produk UMK yang belum tersertifikasi, target sertifikasi halal belum tercapai. Sejak 2019 hingga 15 Mei 2024, BPJPH telah mengeluarkan sertifikat halal untuk semua jenis produk telah mencapai

4.418.343 produk dari target 10.000.000 produk, atau sebesar 44,18% dari total. Sedangkan, ada sekitar 28 juta unit usaha yang tergolong kedalam UMK saat ini (Biro Pers, Media, dan Informasi Sekretariat Presiden, 2024).

Dalam Islam, sesuai dengan firman Allah SWT dalam QS. Al-Baqarah ayat 286 dan QS. Al-Maidah ayat 88, disampaikan bahwa makanan dan barang yang dikonsumsi harus memenuhi kebersihan lahir dan batin. Oleh karena itu, sebagai seorang muslim harus mengutamakan memilih makanan yang layak dikonsumsi yaitu makanan yang halal (halalan) dan juga merupakan makanan yang baik (thayyiban) (Wajdi & Susanti, 2021). Sebagian besar penduduk di Indonesia merupakan muslim, yakni mencapai angka 207 juta jiwa atau sebesar 87,2 persen dari total jumlah penduduk (Portal Informasi Indonesia, 2024). Pada level internasional, Indonesia merupakan salah satu dari dua destinasi wisata halal yang terbanyak dikunjungi oleh para wisatawan muslim dunia. Untuk mendorong potensi di sektor pariwisata, maka dibutuhkan upaya untuk meningkatkan pengalaman dan kenyamanan bagi wisatawan muslim. Salah satunya yaitu dengan mendorong sertifikasi produk halal (Mahardika, 2020). Melihat besarnya potensi wisata halal di Indonesia, maka pemenuhan kriteria produk halal menjadi sangat strategis karena dapat meningkatkan peluang penjualan bagi produk, hingga menjamah pasar internasional (Paramitha & Suryaningsih, 2021).

Selain itu, sertifikasi proses produk halal ini tidak hanya akan bermanfaat bagi kaum muslim saja. Produk yang telah tersertifikasi produk halal akan dapat jaminan bahwa produk tersebut tidak berbahaya bagi kesehatan pelanggan (Pramintasari & Fatmawati, 2017). Sertifikasi halal memberikan jaminan bahwa produk telah melalui proses pemeriksaan yang ketat, yang mencakup verifikasi asal bahan baku dan metode produksi, yang semuanya menghasilkan produk yang aman dan berkualitas tinggi. Dengan sertifikasi ini, pelanggan dapat merasa lebih aman saat memilih barang yang mereka beli (Lutfiyah, 2021).

Universitas Tidar yang terletak di Magelang, senantiasa berperan serta dalam pembangunan masyarakat, baik melalui pengetahuan maupun material. Hal tersebut merupakan salah satu wujud tridharma perguruan tinggi universitas bagi masyarakat sekitar. Salah satu sumbangsih Universitas Tidar dalam pembangunan adalah dengan membentuk desa binaan yang saat ini telah mencapai jumlah 15 desa. Dari keseluruhan desa binaan tersebut terdapat Desa Trasan yang terletak di Kecamatan Bandongan Kabupaten Magelang. Universitas Tidar mempertimbangkan beberapa hal yang perlu ditingkatkan di Desa Trasan, termasuk bidang ekonomi, untuk membantu mengatasi permasalahan nyata yang ada di desa tersebut (Universitas Tidar, 2022).

Desa Trasan memiliki beberapa UMKM yang usahanya menjadi mata pencarian masyarakat diantaranya pembuatan makanan ringan, manisan serta produsen produk herbal tradisional (Maimunah et al., 2021). Khusus produk herbal tradisional terdapat dua pelaku UMKM yang telah merintis usaha ini selama hampir 30 tahun, seperti yang ditunjukkan oleh gambar 1. Usaha ini telah menjadi mata pencaharian bagi pengusaha dan keluarganya. Akan tetapi, selama hampir 30 tahun ini, usaha ini masih belum ada perubahan dalam pengelolaan usahanya. Oleh karena itu, perlu dilakukan upaya dalam rangka pengembangan pengelolaan usaha secara lebih baik, higienis, halal, dan sesuai dengan kemutakhiran kebutuhan konsumen agar berkembang usaha serta labanya. Kesederhanaan pada pengusaha produsen

produk herbal tradisional tersebut yaitu produk yang belum tersertifikasi halal dan pemasaran terbatas di wilayah lokal Desa Trasan.



Gambar 1. Produk UMKM herbal di Desa Trasan

Di lain pihak, produk UMKM wajib didaftarkan untuk sertifikasi halal untuk menjamin kesesuaian dengan prinsip-prinsip halal dalam proses produksinya. UMKM harus mampu menjamin kualitas produknya, terutama produk konsumsi, dengan memiliki sertifikasi produk halal, agar pelanggan lebih nyaman menggunakannya (Salam, 2022). Akan tetapi, praktik yang terjadi, UMKM produsen produk herbal di Desa Trasan belum tersertifikasi halal. Proses sertifikasi halal akan dapat memastikan bahwa bahan, proses produksi, hingga pengemasan telah memenuhi sistem jaminan halal seperti yang dipersyaratkan oleh Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI) (Puspita, Hamzah, Zuchrillah, & Karisma, 2021). Proses sertifikasi halal ini memiliki tujuan untuk melindungi hak konsumen dengan memastikan bahwa status kehalalan produk terdaftar telah terpenuhi sesuai ketentuan (Hayani, 2019). Selanjutnya, dengan tersertifikasinya produk yang telah halal maka produsen akan dapat memperluas jangkauan wilayah pemasarannya (Anandita et al., 2022). Produsen akan dapat memanfaatkan metode pemasaran secara daring, tidak lagi terbatas hanya menggunakan metode pemasaran tradisional yaitu bertemu langsung ke pelanggan. Akan tetapi, mitra saat ini masih beranggapan bahwa sertifikat halal hanya berguna untuk produk yang telah memiliki merk ternama dan menganggap bahwa pengajuan sertifikasi halal ini rumit dan mahal. Pengetahuan mitra yang kurang mengenai manfaat dan kegunaan sertifikat produk halal ini membuat mitra UMKM belum juga mendaftarkan produknya.

Di lain pihak, berbagai penelitian terhadulu telah menunjukkan dampak positif dari sertifikasi halal produk terhadap suatu bisnis. Pada penelitian terhadap pengusaha UMKM di Kabupaten Sumenep, diketahui bahwa produk yang telah tersertifikasi halal akan dapat meningkatkan permintaan terhadap produk melalui peningkatan penjualan dan pangsa

pasar produk yang semakin besar (Putra & Ambariyanto, 2024). Permintaan terhadap produk yang telah tersertifikat halal sangat dipengaruhi oleh kesadaran dan minat konsumen terhadap produk halal (Tumanger, Nasution, & Jamaluddin, 2022; Ummah, Bahrudin, & Hilal, 2023). Produk yang telah tersertifikasi halal juga akan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk. Mereka tidak akan ragu lagi terhadap proses produksi dan ke higienisan dari bahan baku yang digunakan (Nurrachmi & Setiawan, 2020). Dari sisi lain, produk yang telah tersertifikasi halal akan menjadi *brand* dari produk dan dapat memperluas daerah pemasaran sehingga akan sangat mendukung untuk dikombinasikan dengan metode pemasaran yang berbasis digital (Nabila & Faraby, 2023). Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya, sertifikasi proses produk halal dan strategi pemasaran melalui sarana digital akan mampu membantu pengusaha herbal untuk meningkatkan penjualan produk melalui perluasan jangkauan dan penetrasi pasar (Mulyaningsih, Ratwianingsih, Hakim, & Mulyadi, 2021).

Agar mitra pengusaha makanan ringan dapat mengimplementasikan transfer pengetahuan yang disampaikan, maka dipilihlah metode pelatihan dan pendampingan. Program dilakukan tidak hanya dengan sosialisasi, tapi mitra didampingi langsung untuk mengaplikasikan langkah-langkah yang dibutuhkan untuk memenuhi kriteria produk halal dan pemasaran digital. Selain itu, perbedaan program ini dibandingkan program lainnya yaitu narasumber yang digunakan merupakan pendamping proses produk halal yang tersertifikasi.

Berdasarkan analisis situasi yang diperoleh melalui wawancara dan observasi serta hasil penelitian terdahulu, tim pengabdian berkesimpulan bahwa solusi yang tepat untuk permasalahan yang dialami mitra yaitu dengan memberikan pelatihan dan pendampingan proses produk halal dan pemasaran digital pada UMKM. Secara lebih terperinci, pemberian solusi melalui program pengabdian kepada masyarakat ini yaitu melalui penyuluhan mengenai manfaat dan kegunaan dari sertifikasi produk halal, pelatihan mengenai prosedur pengajuan sertifikasi produk halal, pendampingan pengajuan sertifikasi produk halal, dan pelatihan mengenai implementasi pemasaran digital pada produk herbal halal.

Hasil yang diharapkan dari pelatihan penerapan proses produk halal dan pemasaran digital ini yaitu usaha dari mitra produsen produk herbal dapat bertumbuh, penjualan dan laba yang semakin meningkat, serta memiliki kemampuan untuk bersaing secara berkelanjutan. Secara lebih spesifik, target luaran yang dicapai dalam kegiatan pengabdian ini yaitu peningkatan pemahaman mengenai manfaat dan kegunaan dari sertifikasi produk halal, prosedur pengajuan sertifikasi produk halal secara daring, dan pengimplementasian pemasaran digital dalam pemasaran produk herbal yang telah tersertifikasi halal.

Metode Pelaksanaan

Metode yang digunakan untuk pengabdian ini dimulai dari tahapan analisis situasi sampai dengan pembuatan laporan. Pada tahap pertama dilakukan analisis terhadap situasi terkini yang dialami oleh mitra serta persiapan untuk pelaksanaan program. Analisis situasi kondisi dan persiapan dilakukan dengan mengumpulkan informasi tentang kondisi yang telah digunakan oleh usaha kecil dan menengah (UMKM) Produk Herbal Desa Trasan. Tahap selanjutnya merupakan pelaksanaan pelatihan dan diskusi yang sesuai dengan kebutuhan mitra. Pelatihan dan diskusi yang akan

dilaksanakan merupakan hasil dari analisis kondisi mitra sehingga dapat menjadi solusi yang tepat bagi kebutuhannya. Pelatihan dan diskusi yaitu memberikan pelatihan kepada pelaku UMKM Produk Herbal Desa Trasan, terutama materi mengenai sertifikasi produk halal, manfaat dan prosedur pengajuan; pendampingan pengajuan sertifikasi produk halal; dan terakhir pelatihan pemasaran digital untuk sarana pemasaran produk yang telah tersertifikasi halal. Tim pengabdian memiliki kompetensi yang dibutuhkan untuk memberikan materi yang dibutuhkan oleh mitra karena telah memiliki sertifikasi kompetensi di bidang pemasaran digital dan merupakan evaluator pengajuan proses produk halal yang terdaftar. Tahap ketiga yaitu pendampingan dilaksanakan oleh tim pengabdian setelah dilakukan proses pelatihan diskusi. Pendampingan diberikan selama proses yang disepakati dengan mitra. Tahap terakhir yaitu monitoring untuk memantau dan mengevaluasi keberhasilan program pengabdian masyarakat untuk sertifikasi produk halal dan pemasaran digital.

Hasil dan Pembahasan

Tim memulai program pengabdian kepada masyarakat dengan melakukan diskusi dengan mitra untuk menganalisis situasi dan kebutuhan mitra, seperti ditunjukkan oleh gambar 2. Berdasarkan analisis situasi, tim menemukan bahwa pengusaha jamu Desa Trasan masih membuat jamu secara tradisional dan dalam skala rumahan. Seperti yang ditunjukkan oleh fakta bahwa strategi penjualan yang digunakan masih dengan mengedarkan produknya dan melalui pesanan, pengelolaan usaha yang masih tidak terstruktur, dan pemilik UMKM masih belum mengetahui mengenai standar proses produk halal. Hal tersebut dikarenakan usaha rumahan produk herbal ini telah ada selama bertahun-tahun. Terlebih lagi, produk herbal ini unik karena merupakan resep jamu yang telah diwariskan dari generasi ke generasi sehingga produk jamu tersebut memang terpercaya khasiatnya.

Selain daripada itu, informasi tentang strategi pemasaran yang saat ini digunakan juga dikumpulkan. Kedua pengusaha jamu tersebut masih menggunakan strategi pemasaran tradisional, yaitu mengunjungi konsumen langsung dan menjual produk mereka. Terkadang, mereka juga menerima pesanan dari masyarakat dan kemudian mengirimkannya. Selain itu, jangkauan pemasarannya masih terbatas, hanya mencakup Desa Trasan dan wilayah sekitar Kecamatan Bandongan. Sedangkan di bidang produksi, kedua pengusaha minuman herbal masih memiliki keterbatasan pengetahuan mengenai proses produksi yang sesuai dengan ketentuan halal. Padahal sebagai muslim, tentu saja wajib bagi pengusaha UMKM herbal untuk melaksanakan proses produksinya hingga memasarkan produknya secara halal. Setelah diskusi awal dengan para pengusaha UMKM herbal, diambil kesimpulan bahwa kedua pengusaha produk herbal tersebut akan menjadi mitra kerja sama pengabdian. Tim pengabdian Universitas Tidar akan menyediakan materi, pengetahuan, dan teknologi yang diperlukan untuk kemajuan dalam pengelolaan dan pemasaran bisnis jamu, dan para pengusaha produk herbal akan menyediakan waktu, sarana, dan fasilitas yang diperlukan untuk program kemitraan. Tiga mekanisme—diskusi, pelatihan, dan pendampingan—digunakan untuk melakukan kegiatan kemitraan proses produk halal dan digital marketing pada usaha rumahan produk herbal.



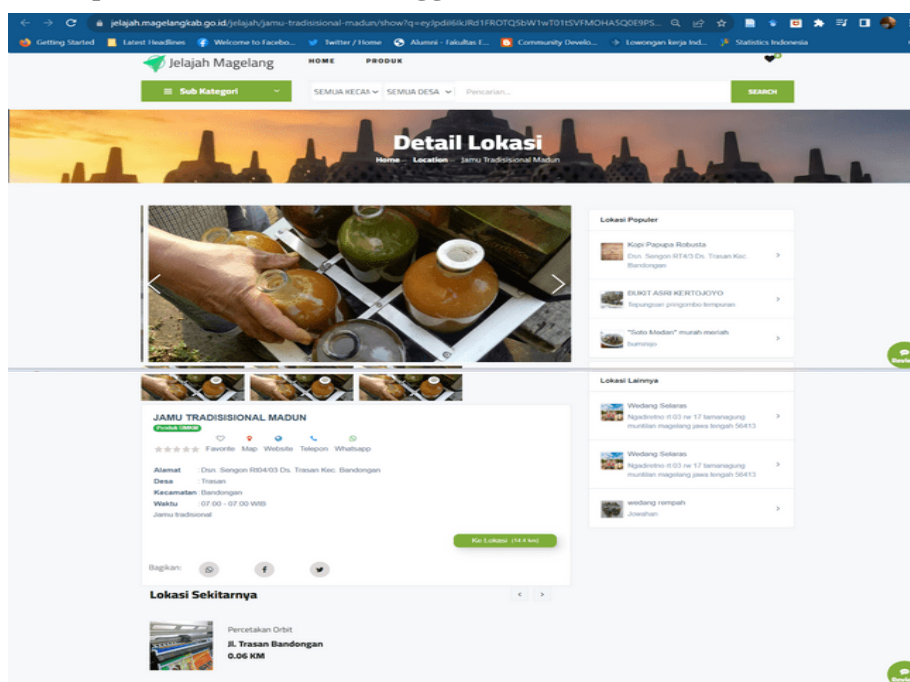
Gambar 2. Diskusi analisis situasi dengan UMKM herbal

Kegiatan pelatihan mengenai proses produk halal dan digital marketing dilaksanakan bertempat di kediaman pengusaha UMKM produk herbal. Kegiatan diskusi ini dilakukan dengan dua pengusaha UMKM produk herbal di Desa Trasan untuk meningkatkan pengetahuan dan kesadaran pengusaha UMKM produk herbal mengenai perencanaan dan strategi pemasaran digital serta proses produk halal. Program kemitraan ini dibagi menjadi 3 tahapan, yaitu sesi materi mengenai proses produk halal, materi mengenai pemasaran digital, dan sesi diskusi. Materi pertama yang disampaikan kepada mitra yakni mengenai pelatihan proses produk halal. Materi mengenai proses produk halal disampaikan oleh tim yang memang berkompeten di bidang proses produk halal. Materi meliputi sistem jaminan produk halal dan ketentuan proses produk halal. Pemateri memberikan penjelasan bahwasannya sertifikasi halal tidak hanya untuk produk hasil akhirnya. Tapi sertifikasi halal juga meliputi bahan, lokasi, tempat, dan alat produksi. Dimulai dari pemberian pelatihan ini, peserta bisa memulai untuk memisahkan proses produksinya dengan kebutuhan rumah tangganya. Apabila ketentuan tersebut dapat dipenuhi oleh peserta, maka mereka dapat mulai untuk mendaftarkan sertifikasi halal.



Gambar 3. Pelatihan proses produk halal

Materi kedua yakni mengenai pelatihan pemasaran digital. Materi yang disampaikan meliputi perencanaan dan aplikasi pemasaran digital. Setelah penyampaian materi, peserta pengusaha UMKM produk herbal diajak untuk praktik langsung melakukan pemasaran digital melalui media sosial yang dimiliki, yaitu facebook dan portal UMKM yang dimiliki Kabupaten Magelang, yaitu jelajah.magelangkab.go.id. Pada kesempatan ini, para peserta diminta untuk langsung mengunggah ke media sosialnya foto produk yang dimiliki dan membuat judul halaman yang berisi informasi mengenai produk yang menarik perhatian konsumen. Para peserta juga diajari mengenai cara memilih tanda tagar yang sedang tren agar kesempatan produk untuk muncul dalam hasil pencarian semakin tinggi.



Gambar 4. Hasil pengaplikasian pemasaran digital

Monitoring dilaksanakan dengan mengunjungi kembali para produsen UMKM jamu untuk melakukan diskusi terhadap perkembangan usaha yang dijalankan. Dari hasil diskusi, para pengusaha UMKM herbal menyampaikan mengenai perkembangan penggunaan media sosial Facebook sebagai sarana pemasaran dan memperluas cakupan wilayah pemasaran hingga Sleman, Yogyakarta. Berdasarkan hasil monitoring tersebut, dapat diketahui bahwa pengaplikasian terhadap proses produk halal ini semakin meningkatkan minat konsumen untuk membeli produk dengan memberikan keyakinan kepada pembeli mengenai kualitas dan ke higienisan produk sehingga nilai jual produk semakin meningkat (Putro et al., 2022; Segati, 2018). Hal tersebut semakin dikuatkan dengan mengimplementasikan teknik pemasaran secara digital untuk mendongkrak hasil penjualan produk UMKM (Albanjari & Syakarna, 2022).

Simpulan dan Tindak Lanjut

Program kemitraan dan pengabdian kepada masyarakat di Desa Trasan, Kecamatan Bandongan, Kabupaten Magelang, bertujuan untuk membantu penerapan proses produk halal dan pemasaran digital kepada produsen produk herbal tradisional. Produk herbal yang belum tersertifikasi

halal dan pemasaran yang masih dilakukan secara tradisional adalah masalah utama bagi bisnis ini. Dengan memasarkan produknya secara daring, pemilik UMKM dapat memperluas jaringan pemasaran dan mengembangkan bisnis mereka. Selain itu, dengan menerapkan proses produk halal akan dapat menjamin kepercayaan konsumen terhadap kehalalan produk herbal yang selama ini mereka jual. Program ini memberikan pelatihan dan pendampingan mengenai proses sertifikasi halal dan pemanfaatan digital marketing yang tepat. Pelatihan yang diberikan meliputi kebutuhan proses sertifikasi produk halal, peran penting mendaftarkan produk halal, serta pendampingan penggunaan media pemasaran digital.

Daftar Pustaka

- Albanjari, F. R., & Syakarna, N. F. R. (2022). Strategi Pemasaran Berbasis Digital Dalam Upaya Peningkatan Penjualan Berprinsip Syariah Islam. *Musyarakah: Journal of Sharia Economic (MJSE)*, 2(2), 109–120. <https://doi.org/10.24269/mjse.v2i2.6819>
- 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/abdimatekon.v3i3.3278>
- Biro Pers, Media, dan Informasi Sekretariat Presiden. (2024, May 15). Dorong Percepatan Proses Sertifikasi Halal, Pemerintah Perluas Kewenangan Penetapan Kehalalan Produk. Retrieved July 22, 2024, from Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia website: <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/5771/dorong-percepatan-proses-sertifikasi-halal-pemerintah-perluas-kewenangan-penetapan-kehalalan-produk>
- Hayani, N. (2019). Pengaruh Sertifikasi Halal dan Bahan Makanan terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan oleh Ibu Rumah Tangga Muslim di Pekanbaru. *Al-Amwal*, 8(1), 31–44.
- Hosanna, M. A., & Nugroho, S. A. (2018). Pelaksanaan Undang-Undang nomor 33 tahun 2014 tentang jaminan produk halal terhadap pendaftaran sertifikat halal pada produk makanan. *Jurnal Hukum Adigama*, 1(1), 511–534.
- Kementerian Agama Republik Indonesia. (2023, January 1). Sertifikasi Halal Gratis 2023 Dibuka, Ada 1 Juta Kuota. Retrieved November 15, 2023, from <https://kemenag.go.id> website: <https://kemenag.go.id/pers-rilis/sertifikasi-halal-gratis-2023-dibuka-ada-1-juta-kuota-69hqib>
- Lutfiyah, Z. (2021). URGENSI SERTIFIKASI HALAL TERHADAP PRODUK PANGAN, BARANG DAN JASA SERTA OBAT-OBATAN DALAM KAITANNYA DENGAN PERLINDUNGAN KONSUMEN DI INDONESIA. *Journal of Law, Society, and Islamic Civilization*, 4(2), 142–168. <https://doi.org/10.20961/jolsic.v4i2.50500>
- Mahardika, R. (2020). STRATEGI PEMASARAN WISATA HALAL. *Mutawasith: Jurnal Hukum Islam*, 3(1), 65–86. <https://doi.org/10.47971/mjhi.v3i1.187>
- Maimunah, M., Ikhsan, I. F., Zada, N. A., Anggraeni, M. R., Hermantyo, A. M., & Azzahra, A. A. (2021). Pemberdayaan UMKM Wilayah Bandongan melalui Sistem Informasi Lazismu Berbasis Web. *Community Empowerment*, 6(2), 252–257. <https://doi.org/10.31603/ce.4422>

- Mohammad, M. F. M. (2021). The Pengaturan Sertifikasi Jaminan Produk Halal Di Indonesia. *KERTHA WICAKSANA*, 15(2), 149–157. <https://doi.org/10.22225/kw.15.2.2021.149-157>
- Mulyaningsih, T., Ratwianingsih, L., Hakim, A. R., & Mulyadi, M. (2021). Pelatihan Digitalisasi dan Pengelolaan Produk UMKM Makanan Halal Tradisional di Sukoharjo. *KUAT: Keuangan Umum Dan Akuntansi Terapan*, 3(2), 83–88. <https://doi.org/10.31092/kuat.v3i2.1401>
- Nabila, D., & Faraby, M. E. (2023). PENERAPAN STRATEGI DIGITAL MARKETING PADA PRODUK HALAL UMKM DI KABUPATEN BANGKALAN. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 6(2), 658–668. [https://doi.org/10.25299/jtb.2023.vol6\(2\).15200](https://doi.org/10.25299/jtb.2023.vol6(2).15200)
- Nurrachmi, I., & Setiawan, S. (2020). Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan, dan Kepuasan terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Halal. *IQTISHADIA Jurnal Ekonomi & Perbankan Syariah*, 7(2), 126–137. <https://doi.org/10.19105/iqtishadia.v7i2.3521>
- Paramitha, P., & Suryaningsih, S. A. (2021). Analisis Label Halal pada Makanan Cepat Saji dalam Pengembangan Wisata Halal di Surabaya. *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam*, 4(3), 108–122. <https://doi.org/10.26740/jekobi.v4n3.p108-122>
- Portal Informasi Indonesia, B. P. S. (2024, May 17). Agama di Indonesia 2024. Retrieved July 23, 2024, from Badan Pusat Statistik website: <https://samarindakota.bps.go.id/statictable/2024/05/17/324/agama-di-indonesia-2024.html>
- Pramintasari, T. R., & Fatmawati, I. (2017). Pengaruh Keyakinan Religius, Peran Sertifikasi Halal, Paparan Informasi, Dan Alasan Kesehatan Terhadap Kesadaran Masyarakat Pada Produk Makanan Halal. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 8(1), 1–33.
- Puspita, N. F., Hamzah, A., Zuchrillah, D. R., & Karisma, A. D. (2021). Pendampingan Menuju Sertifikasi Halal pada Produk “Socolat” UMKM Pondok Modern Sumber Daya At-Taqwa. *JPP IPTEK (Jurnal Pengabdian dan Penerapan IPTEK)*, 5(1), 17–24. <https://doi.org/10.31284/j.jpp-iptek.2021.v5i1.1611>
- Putra, I. A., & Ambariyanto, A. (2024). Analisis Dampak Sertifikasi Produk Halal Terhadap Kegiatan Ekonomi dan Sosial. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(7), 3408–3427. <https://doi.org/10.47467/elmal.v5i7.2649>
- Putro, H. S., Fatmawati, S., Purnomo, A. S., Rizqi, H. D., Martak, F., Nawfa, R., ... Sari, F. L. (2022). Peningkatan Nilai Produk dan Pendampingan dalam Proses Sertifikasi Halal untuk UMKM di Kecamatan Gedangan, Sidoarjo. *Sewagati*, 6(3), 296–303. <https://doi.org/10.12962/j26139960.v6i3.131>
- Salam, D. Q. A. (2022). Implementasi Jaminan Produk Halal melalui Sertifikasi Halal pada Produk Makanan dan Minuman UMKM di Kabupaten Sampang. *Qawwam: The Leader's Writing*, 3(1), 10–20. <https://doi.org/10.32939/qawwam.v2i2.110>
- Segati, A. (2018). PENGARUH PERSEPSI SERTIFIKASI HALAL, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP PERSEPSI PENINGKATAN PENJUALAN. *JEBI (Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam)*, 3(2), 159–169. <https://doi.org/10.15548/jebi.v3i2.175>
- Tumangger, A. M., Nasution, A. A., & Jamaluddin, J. (2022). ANALISIS PENGARUH SERTIFIKAT PRODUK HALAL DALAM MENINGKATKAN MINAT BELI KONSUMEN HERBAL NETWORK INTERNATIONAL-HERBA

- PENAWAR ALWAHIDA INDONESIA. *MUTLAQAH: Jurnal Kajian Ekonomi Syariah*, 2(2), 1–12. <https://doi.org/10.30743/mutlaqah.v2i2.4732>
- Ummah, A. C., Bahrudin, M., & Hilal, S. (2023). Sertifikasi Halal dan Kesadaran Halal Pada Minat Beli Produk Makanan. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 4(4), 1113–1119. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v4i4.3215>
- Universitas Tidar. (2022, August 23). SDGs Desa Center UNTIDAR Berdayakan Dosen Mengabdikan Dukungan Program Nasional. Retrieved November 15, 2023, from Universitas Tidar (UNTIDAR) website: <https://untidar.ac.id/sdgs-desa-center-untidar-berdayakan-dosen-mengabdikan-dukungan-program-nasional/>
- Wajdi, F., & Susanti, D. (2021). *Kebijakan Hukum Produk Halal di Indonesia* (1st ed.). Jakarta: Sinar Grafika.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terimakasih disampaikan kepada LPMPP Universitas Tidar yang telah memberikan dana untuk pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada Masyarakat ini.