

Sosialisasi Program Sertifikasi Halal untuk Meningkatkan Kepercayaan Konsumen pada Produk UMKM di Desa Jerukwangi

M. Khoirul Anam¹, Refy Alvianti², Moch. Zainuddin³, Ahmad Syakur⁴, Jamaludin A. Khalik⁵, Choiril Anam⁶, Ning Purnama Sariati⁷

IAIN Kediri

pachorubio28@gmail.com¹, alviantirefy@gmail.com², kangzain@iainkediri.ac.id,
ahmadsyakur08@gmail.com, gamal_ac@gmail.com, choirilanam@iainkediri.ac.id³,
ning.purn4m4@gmail⁴

Kilas Artikel

Volume 1 Issue 4
Desember 2023

Article History

Submission: 17-09-2023

Revised: 22-10-2023

Accepted: 19-12-2023

Published: 28-12-2023

Kata Kunci:

Sosialisasi, Sertifikasi
Halal, Kepercayaan
Konsumen, Produk,
UMKM

Keywords:

Socialization, Halal
Certification, Consumer
Trust, Products, MSMEs



Welfare Jurnal Pengabdian
Masyarakat is licensed under a
Creative Commons Attribution-Share
Alike 4.0 International License.

Abstrak

Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk UMKM di Desa Jerukwangi melalui sosialisasi program sertifikasi halal. Metode pengabdian yang diterapkan adalah *service learning*, di mana peserta pengabdian berperan aktif dalam memberikan pemahaman kepada pelaku UMKM tentang pentingnya sertifikasi halal. Tujuan utama melibatkan peserta dalam pembelajaran interaktif dan partisipatif, memungkinkan mereka memahami secara langsung dampak positif dari program sertifikasi halal terhadap peningkatan kepercayaan konsumen. Hasil pengabdian mencakup pemahaman yang lebih baik dari pelaku UMKM terkait proses perolehan sertifikasi halal, peningkatan kualitas produk, dan peningkatan kepercayaan konsumen. Dengan demikian, pengabdian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi positif pada pengembangan UMKM di Desa Jerukwangi melalui peningkatan kepatuhan terhadap prinsip halal dan peningkatan daya saing produk.

Abstract

This community service aims to increase consumer confidence in MSME products in Jerukwangi Village through socializing the halal certification program. The service method applied is *service learning*, where service participants play an active role in providing understanding to MSME players about the importance of halal certification. The main objective involves participants in interactive and participatory learning, enabling them to understand firsthand the positive impact of the halal certification program on increasing consumer confidence. The results of the service include a better understanding from MSME players regarding the process of obtaining halal certification, improving product quality, and increasing consumer confidence. Thus, it is hoped that this service can make a positive contribution to the development of MSMEs in Jerukwangi Village through increasing compliance with halal principles and increasing product competitiveness.

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peran sentral dalam perekonomian Indonesia. Dengan kontribusi yang signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), UMKM menjadi tulang punggung ekonomi negara ini. Diperkirakan ada jutaan UMKM yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia, mencakup berbagai sektor seperti perdagangan, pertanian, manufaktur, dan jasa. Keberadaan UMKM tidak hanya mendukung pertumbuhan ekonomi nasional tetapi juga memberikan dampak positif pada penyerapan tenaga kerja, terutama di tingkat lokal.

Meskipun memiliki peran strategis, UMKM di Indonesia masih menghadapi sejumlah tantangan. Beberapa di antaranya termasuk akses terhadap pembiayaan, teknologi, dan pasar

global. Peningkatan literasi bisnis, aksesibilitas keuangan, serta dukungan infrastruktur dan kebijakan pemerintah menjadi kunci dalam memperkuat ekosistem UMKM.

Peran vital yang dimainkan oleh Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam menggerakkan ekonomi Indonesia menjadi latar belakang penting kegiatan pengabdian ini. Meskipun UMKM telah memberikan kontribusi yang signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) (Novitasari, 2022), namun sejumlah pelaku UMKM, terutama di Desa Jerukwangi, masih menghadapi tantangan terkait kepercayaan konsumen. Salah satu kendala utamanya adalah kurangnya pemahaman mengenai urgensi sertifikasi halal dalam membangun kepercayaan konsumen. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian ini diinisiasi untuk memberikan sosialisasi tentang program sertifikasi halal kepada pelaku UMKM di Desa Jerukwangi.

Dalam konteks tersebut, pemberdayaan pelaku UMKM di Desa Jerukwangi melalui peningkatan pemahaman mengenai sertifikasi halal diharapkan dapat menjadi langkah strategis dalam membangun kepercayaan konsumen, memperkuat basis ekonomi lokal, dan meningkatkan daya saing UMKM di pasar.

Desa Jerukwangi, seperti banyak wilayah lain di Indonesia, menghadapi kebutuhan untuk meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk UMKM lokalnya. Dengan dasar hukum Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja yang mewajibkan sertifikasi halal untuk produk UMKM (Lubis et al., 2022), implementasi kegiatan sosialisasi ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam kepada pelaku UMKM di Desa Jerukwangi. Adanya potensi ekonomi syariah yang signifikan di Indonesia (Yusuf & Haryono, 2022), khususnya terkait dengan skor *Global Islamic Economic Index (GIEI)*, menjadi dasar yang kokoh untuk meningkatkan efisiensi dan pemasaran produk UMKM melalui sertifikasi halal (Dan et al., 2023).

Dasar hukum bagi kewajiban sertifikasi halal untuk produk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Indonesia dapat ditemukan dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja. Dalam undang-undang ini, terdapat ketentuan yang secara tegas mengamanatkan bahwa pelaku usaha mikro dan kecil, termasuk UMKM, diwajibkan untuk memperoleh sertifikat halal bagi produk-produk olahannya. Sertifikasi halal ini dianggap sebagai langkah penting untuk memastikan bahwa produk-produk yang dihasilkan oleh UMKM memenuhi standar kehalalan yang diakui oleh masyarakat, terutama konsumen yang mengidentifikasi diri mereka dengan prinsip-prinsip halal.

Kewajiban sertifikasi halal dalam Undang-Undang Cipta Kerja menjadi bagian dari upaya pemerintah Indonesia untuk memperkuat perlindungan konsumen dan meningkatkan kepercayaan terhadap produk lokal. Dengan demikian, UMKM diharapkan dapat lebih mudah meraih pasar domestik dan internasional, di mana kehalalan produk menjadi salah satu pertimbangan utama bagi konsumen. Dalam konteks ini, Undang-Undang Cipta Kerja bukan hanya menjadi instrumen hukum yang mengatur keberpihakan terhadap UMKM, tetapi juga menciptakan landasan yang kuat bagi pengembangan ekonomi syariah dan peningkatan daya saing produk UMKM dalam persaingan global.

Kegiatan ini bukan hanya bertujuan sebagai inisiatif edukasi dan sosialisasi semata, melainkan juga merupakan komponen yang tak terpisahkan dari program kerja Kuliah Kerja Nyata (KKN) dengan tujuan mendukung perekonomian di Desa Jerukwangi. Dengan penekanan pada strategi pemasaran produk UMKM dan penerapan sertifikasi halal, diharapkan partisipasi dalam kegiatan ini mampu memberikan kontribusi positif dalam meningkatkan daya saing UMKM di pasar lokal maupun internasional. Melalui pendekatan ini, diharapkan terjadi transformasi positif dalam ekosistem UMKM di Desa Jerukwangi, yang pada gilirannya dapat mendukung pertumbuhan ekonomi yang berkesinambungan. Upaya ini diharapkan dapat memberikan dampak positif yang signifikan, menciptakan perubahan yang berkelanjutan dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi di Desa Jerukwangi.

2. METODE



Gambar 1. Metode pengabdian

Metode pengabdian masyarakat dengan pendekatan *service learning* ini dirancang melalui serangkaian tahapan yang melibatkan partisipasi aktif peserta pengabdian dalam memberikan pemahaman kepada pelaku UMKM tentang signifikansi sertifikasi halal. Berikut adalah tahapan-tahapan dan bahan yang digunakan dalam kegiatan sosialisasi sertifikasi halal:

- 1) Identifikasi Kebutuhan. Tahap awal melibatkan identifikasi kebutuhan dan tantangan yang dihadapi oleh pelaku UMKM di Desa Jerukwangi terkait sertifikasi halal. Dalam tahap ini, dilakukan survei dan wawancara untuk memahami tingkat pemahaman dan kesadaran pelaku UMKM tentang sertifikasi halal.
- 2) Perencanaan Kegiatan. Peserta pengabdian bersama dengan pelaku UMKM merencanakan kegiatan sosialisasi berdasarkan temuan identifikasi kebutuhan. Mereka merancang materi, strategi penyampaian, dan menentukan metode yang sesuai untuk memberikan pemahaman yang efektif.
- 3) Pengembangan Materi. Peserta pengabdian bekerja sama dalam pengembangan materi edukasi yang mencakup pengertian sertifikasi halal, manfaatnya, proses penerapan, dan dampaknya terhadap kepercayaan konsumen. Materi ini disesuaikan dengan kebutuhan dan karakteristik pelaku UMKM di Desa Jerukwangi.
- 4) Pelaksanaan Sosialisasi. Dilakukan kegiatan sosialisasi secara langsung kepada pelaku UMKM di Desa Jerukwangi. Peserta pengabdian memaparkan materi edukasi, memberikan contoh kasus, dan berinteraksi aktif dengan peserta untuk menjelaskan setiap aspek terkait sertifikasi halal.
- 5) Workshop dan Diskusi. Setelah penyampaian materi, dilakukan workshop dan sesi diskusi interaktif. Pelaku UMKM diajak untuk berpartisipasi aktif, bertanya, dan berbagi pengalaman. Hal ini bertujuan untuk memperkuat pemahaman mereka dan mendorong pertukaran pengetahuan antarpartisipan.
- 6) Pemantauan dan Evaluasi. Setelah kegiatan sosialisasi, dilakukan pemantauan terhadap pemahaman dan implementasi sertifikasi halal oleh pelaku UMKM. Evaluasi dilakukan untuk menilai efektivitas kegiatan, sekaligus mengidentifikasi area yang perlu perbaikan atau pengembangan lebih lanjut.

Melalui metode ini, diharapkan partisipasi aktif peserta pengabdian dalam kegiatan *service learning* dapat memberikan dampak positif dalam meningkatkan pemahaman dan penerapan sertifikasi halal oleh pelaku UMKM di Desa Jerukwangi.

3. HASIL & PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian yang dilakukan, yaitu sosialisasi Program Sertifikasi Halal untuk meningkatkan kepercayaan konsumen pada produk UMKM di Desa Jerukwangi, menjadi langkah strategis dalam mendukung pertumbuhan ekonomi lokal. Desa Jerukwangi memiliki potensi UMKM yang besar, namun kekurangan pemahaman tentang pentingnya sertifikasi halal dapat menjadi hambatan dalam membangun kepercayaan konsumen. Teori komunikasi persuasif, seperti yang dijelaskan oleh McGuire (1989), memberikan dasar bahwa upaya sosialisasi dapat meningkatkan kepercayaan dan penerimaan informasi (Setiyawati & Margareta Manalu Lovett, 2023). Oleh karena itu, kegiatan ini bertujuan untuk mengatasi gap pemahaman tersebut melalui pendekatan *service learning*.

Tahap awal kegiatan melibatkan identifikasi kebutuhan, sesuai dengan teori perencanaan pembangunan lokal oleh Chambers (1997) (Muhajarah et al., 2023). Kegiatan ini memungkinkan para peserta pengabdian untuk memahami secara mendalam tantangan dan kebutuhan pelaku UMKM di Desa Jerukwangi, termasuk tingkat pemahaman terkait sertifikasi halal. Pengetahuan yang diperoleh dari identifikasi kebutuhan menjadi landasan utama dalam perencanaan kegiatan sosialisasi.

Pada tahap perencanaan, teori perubahan perilaku oleh Prochaska dan DiClemente (1983) diaplikasikan. Mereka menyatakan bahwa perubahan perilaku melalui tahapan tertentu, mulai dari *precontemplation* hingga *maintenance* (Hisnindarsyah et al., 2023). Dalam konteks ini, perencanaan kegiatan sosialisasi sertifikasi halal berfungsi sebagai langkah awal untuk membantu pelaku UMKM bergerak dari tahap ketidaktahuan atau kurang pemahaman menuju tahap penerimaan dan implementasi sertifikasi halal.

Pengembangan materi edukasi, sebagai langkah selanjutnya, memanfaatkan prinsip pendekatan *andragogi* yang dikemukakan oleh Knowles (1984). Pendekatan ini menekankan pada keaktifan peserta, menghargai pengalaman mereka, dan membangun pemahaman melalui interaksi (Syahadatina, 2023). Dengan demikian, materi edukasi dirancang untuk sesuai dengan karakteristik belajar orang dewasa dan memfasilitasi pemahaman yang lebih baik.

Pelaksanaan kegiatan sosialisasi mengintegrasikan teori komunikasi massa oleh Shannon dan Weaver (1949) (Jalil, 2021). Peserta pengabdian berperan sebagai komunikator yang menyampaikan informasi tentang sertifikasi halal kepada pelaku UMKM. Adanya feedback

dan interaksi langsung menciptakan model komunikasi dua arah yang efektif, memfasilitasi pemahaman mendalam.

Workshop dan diskusi, sebagai kelanjutan dari kegiatan sosialisasi, mencerminkan teori partisipasi aktif oleh Arnstein (1969). Dalam tingkatan partisipasi, kegiatan ini mencapai tingkat "pemberdayaan" di mana pelaku UMKM tidak hanya menerima informasi, tetapi juga terlibat aktif dalam diskusi, bertanya, dan berbagi pengalaman (Artisa, 2023). Hal ini sesuai dengan konsep pemberdayaan komunitas dalam konteks pengembangan ekonomi lokal.



Gambar 2. Kegiatan Sosialisasi sertifikasi halal

Tahap pemantauan dan evaluasi, dengan merujuk pada teori evaluasi program oleh Scriven (1991), menjadi landasan untuk mengukur efektivitas kegiatan sosialisasi (Artisa, 2023). Evaluasi dilakukan untuk menilai sejauh mana pemahaman dan penerapan sertifikasi halal oleh pelaku UMKM. Hasil evaluasi tersebut menjadi dasar untuk menyusun rekomendasi dan perbaikan kegiatan di masa depan.

Melalui pendekatan ini, kegiatan pengabdian tidak hanya menjadi upaya penyampaian informasi, tetapi juga menjadi langkah konkrit untuk memberdayakan pelaku UMKM di Desa Jerukwangi. Integrasi teori-teori tersebut menciptakan kerangka kerja yang kokoh untuk merancang, melaksanakan, dan mengevaluasi kegiatan sosialisasi sertifikasi halal, sejalan dengan tujuan pengabdian masyarakat secara keseluruhan.

4. KESIMPULAN

Sosialisasi Program Sertifikasi Halal di Desa Jerukwangi telah berhasil meningkatkan pemahaman dan kepercayaan pelaku UMKM terhadap pentingnya sertifikasi halal. Melalui pendekatan service learning dan penerapan berbagai teori, kegiatan ini tidak hanya memberikan informasi, tetapi juga mendorong perubahan sikap dan perilaku. Peserta pengabdian berhasil membawa pelaku UMKM melalui tahap perubahan dari ketidaktahuan hingga penerimaan sertifikasi halal. Workshop, diskusi, dan penggunaan media visual menjadi metode efektif untuk meningkatkan partisipasi dan pemahaman. Evaluasi kegiatan menunjukkan peningkatan signifikan dalam penerapan sertifikasi halal oleh pelaku UMKM. Kesimpulannya, sosialisasi ini tidak hanya memberikan manfaat pada tingkat individu tetapi juga berpotensi meningkatkan citra dan kepercayaan konsumen terhadap produk UMKM di Desa Jerukwangi, berkontribusi pada pembangunan ekonomi lokal yang berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Artisa, Ri. A. (2023). Strategi peningkatan partisipasi masyarakat dalam perencanaan sustainable development goals (sdgs) desa. Studi kasus: desa ciburial, kecamatan cimendan, kabupaten bandung, jawa barat. *Inovasi Pembangunan : Jurnal Kelitbangan*, 11(01), 61. <https://doi.org/10.35450/jip.v11i01.349>
- Dan, T., Pengembangan, S., & Dan, L. (2023). *Peluang, tantangan dan strategi pengembangan literasi dan sumber daya manusia ekonomi syariah di indonesia*. 18–30.
- Hisnindarsyah, Wahyudi, A., Nazeli, B., Yuwanto, L., & Hidayatullah, A. (2023). The Role of the Surveyor in Discharge Planning for Patient Safety. *Formosa Journal of Science and Technology*, 2(9), 2471–2504. <https://doi.org/10.55927/fjst.v2i9.6267>
- Jalil, A. (2021). Program Dakwah 'Serambi Islami' di TVRI Perspektif Audience And Users. *El Madani: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Islam*, 2(01), 25–58. <https://doi.org/10.53678/elmadani.v2i01.189>

- Lubis, M. F., Saidin, O., Agusmidah, A., & Sukarja, D. (2022). Kesadaran Hukum Pelaku UMKM di Kabupaten Labuhanbatu Selatan terhadap Sertifikasi Halal Pasca Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2020 Tentang Cipta Kerja. *Locus Journal of Academic Literature Review*, 1(5), 322–332. <https://doi.org/10.56128/ljoalr.v1i6.83>
- Muhajarah, K., Rohmah, S. J., Rosdiana, A., & Nisak, M. (2023). Dakwah Bil Hal: Pemberdayaan Ekonomi Desa Melalui Pengolahan Kopi (Perspektif Chambers). *Journal of Character Education Society*, 6(1), 213–221. <http://journal.ummat.ac.id/index.php/JCES><https://doi.org/10.31764/jces.v3i1.8490><https://doi.org/10.31764/jces.v3i1.XXX>
- Novitasari, A. T. (2022). Kontribusi UMKM Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Era Digitalisasi Melalui Peran Pemerintah. *Journal of Applied Business and Economic*, 9(2), 184–204.
- Setiyawati, & Margareta Manalu Lovett. (2023). Peran Public Relations melalui Media Sosial Instagram dalam Membentuk Citra pada PT Flip. *Bandung Conference Series: Public Relations*, 3(3), 1151–1169. <https://doi.org/10.29313/bcspr.v3i3.9628>
- Syahadatina, F. (2023). Dinamika Kultur Pesantren dalam Penerapan Kurikulum Merdeka. *Jurnal Pemikiran Dan Ilmu Keislaman*. <https://jurnal.instika.ac.id/index.php/jpik/article/download/460/221>
- Yusuf, R., & Haryono, H. (2022). Analisis Kebijakan Makro Ekonomi Pemerintah Terhadap Peningkatan Market Share Bank Syariah di Indonesia. *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 6(01), 1. <https://doi.org/10.30868/ad.v6i01.2285>