

## STRATEGI DIGITAL MARKETING DAN PENDAMPINGAN SERTIFIKASI PRODUK HALAL PELAKU USAHA DESA POREH KECAMATAN LENTENG KABUPATEN SAMPANG

Deykha Aguilika<sup>1)</sup>, Muhammad Ersya Faraby\*<sup>2)</sup>, Ahmad Makhtum<sup>3)</sup>

<sup>1,2,3</sup> Universitas Trunojoyo Madura, Indonesia

Email: deykha.aguilika@trunojoyo.ac.id<sup>1</sup>, ersya.faraby@trunojoyo.ac.id<sup>2</sup>, ahmad.makhtum@trunojoyo.ac.id<sup>3</sup>

Diterima :  
02 Mei 2025

Direview :  
05 Mei 2025

Disetujui :  
20 Juni 2025

**Abstrak:** UMKM di Desa Poreh, Kecamatan Lenteng, Kabupaten Sumenep menghadapi tantangan dalam pemenuhan legalitas usaha dan akses pasar, khususnya terkait minimnya pemahaman prosedur sertifikasi halal serta rendahnya literasi digital dalam pemasaran. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas pelaku UMKM melalui pendampingan proses sertifikasi halal dan pelatihan strategi digital marketing. Metode yang digunakan meliputi sosialisasi regulasi halal, pelatihan teknis pengurusan Nomor Induk Berusaha (NIB) dan aplikasi SiHalal, serta pengenalan platform digital untuk promosi produk. Pendekatan dilakukan secara partisipatif dengan melibatkan mahasiswa MBKM dan Halal Center Universitas Trunojoyo Madura. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman pelaku usaha terhadap prosedur sertifikasi halal. Dua pelaku UMKM berhasil memperoleh sertifikat halal melalui skema self-declare setelah mengikuti seluruh tahapan. Selain itu, pelaku usaha mulai menerapkan strategi pemasaran digital dengan membuat akun media sosial bisnis, mengunggah konten produk, serta menjangkau konsumen di luar wilayah desa. Refleksi dari kegiatan menunjukkan bahwa kombinasi pelatihan praktis dan pendampingan intensif efektif meningkatkan kesadaran, keterampilan, dan motivasi pelaku UMKM dalam meningkatkan daya saing produk. Kendala utama seperti rendahnya literasi digital dan belum adanya legalitas usaha berhasil diatasi melalui pendampingan langsung dan simulasi teknis. Kegiatan ini membuktikan bahwa integrasi antara sertifikasi halal dan digital marketing merupakan strategi pemberdayaan yang relevan, aplikatif, dan berkelanjutan dalam pengembangan UMKM desa.

**Kata Kunci :** *digital marketing, sertifikasi produk halal, UMKM, pendampingan, Desa Poreh*

**Abstract:** MSMEs in Poreh Village, Lenteng District, Sumenep Regency face challenges in fulfilling business legality and market access, especially related to the lack of understanding of halal certification procedures and low digital literacy in marketing. This community service activity aims to increase the capacity of MSME actors through assistance in the halal certification process and digital marketing strategy training. The methods used include socialization of halal regulations, technical training in managing Business Identification Numbers (NIB) and the SiHalal application, and introducing digital platforms for product promotion. The participatory approach involved MBKM students and the Halal Center of Trunojoyo University, Madura. The activity significantly increases business actors' understanding of halal certification procedures. Two MSME actors succeeded in obtaining halal certificates through the self-declare scheme after following all stages. In addition, business actors began implementing digital marketing strategies by creating business social media accounts, uploading product content, and reaching consumers outside the village area. Reflections from the activity showed that the combination of practical training and intensive mentoring effectively increased the awareness, skills, and motivation of MSME actors in increasing product competitiveness. Major obstacles, such as low digital literacy and the absence of business legality, were successfully overcome through direct assistance and technical simulations. This activity proves that integrating halal certification and digital marketing is a relevant, applicable, and sustainable empowerment strategy in developing village MSMEs.

**Keywords :** *digital marketing, halal product certification, UMKM, mentoring, Poreh Village*

## Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi dan internet yang pesat telah mengubah perilaku konsumen modern. Transisi pembelian dari offline ke online mempermudah UMKM memperluas akses pasarnya<sup>1</sup>. Arumsari et al. (2022) mencatat bahwa pandemi Covid-19 memicu pergeseran signifikan ke platform daring, sehingga UMKM perlu memanfaatkan media sosial dan e-commerce sebagai saluran pemasaran yang efektif<sup>2</sup>. Oleh karena itu, pengembangan strategi pemasaran digital menjadi penting untuk menjawab perubahan perilaku konsumen yang semakin melekat pada penggunaan internet.

Strategi digital marketing untuk UMKM meliputi pemanfaatan platform media sosial, marketplace, Google Maps, serta konten promosi yang menarik<sup>3</sup>. Mila et al. (2024) menyoroti pentingnya pendampingan penjualan secara digital, desain logo dan kemasan

---

<sup>1</sup> Nurul Rizka Arumsari, Nurzahroh Lailiyah, and Tina Rahayu, "Peran Digital Marketing Dalam Upaya Pengembangan UMKM Berbasis Teknologi Di Kelurahan Plamongansari Semarang," *SEMAR (Jurnal Ilmu Pengetahuan, Teknologi, Dan Seni Bagi Masyarakat)* 11, no. 1 (2022): 92, <https://doi.org/10.20961/semar.v11i1.57610>.

<sup>2</sup> Ibid.

<sup>3</sup> Nor Mila et al., "Strategi Digital Marketing Untuk Pemasaran Produk Lokal Umkm Madu Kelulut Asli Lembeng," *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara* 5, no. 1 (2024): 1102–7, <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v5i1.2902>.

yang baik, serta optimalisasi Google Maps untuk menarik minat konsumen<sup>4</sup>. Penerapan inovasi pemasaran digital pun terbukti meningkatkan visibilitas online dan keterlibatan konsumen, yang pada gilirannya mendorong kenaikan penjualan produk. Guspian & Zahri (2024) melaporkan bahwa UMKM produsen madu di Belitung mengalami peningkatan visibilitas online, engagement konsumen, dan volume penjualan setelah menerapkan strategi pemasaran digital inovatif<sup>5</sup>.

Di sisi lain, sertifikasi halal menjadi aspek penting dalam meningkatkan daya saing produk UMKM. Industri halal global mengalami pertumbuhan pesat seiring meningkatnya permintaan produk halal. Menurut laporan State of Global Islamic Economy (2019), terdapat sekitar 1,8 miliar penduduk Muslim dunia dengan total pengeluaran mencapai USD 2,2 triliun per tahun untuk produk halal<sup>6</sup>. Proyeksi menunjukkan laju pertumbuhan tahunan komposit (CAGR) industri halal global sekitar 6,2% hingga 2024. Indonesia, sebagai negara dengan penduduk Muslim terbesar keempat dunia, menyumbang 12,7% populasi Muslim global dan pada 2020 memiliki 229 juta Muslim (87,2% dari 273 juta penduduk)researchgate.net. Besarnya populasi Muslim mendorong konsumsi produk halal dalam negeri, misalnya total belanja produk halal Indonesia mencapai USD 218,8 miliar pada 2017. Kontribusi industri halal terhadap perekonomian nasional signifikan – menurut data Kementerian Keuangan (2019), sektor halal memberi sumbangan sekitar USD 3,8 miliar terhadap PDB serta membuka lebih dari 127 ribu lapangan kerja setiap tahun<sup>7</sup>. Kondisi tersebut menegaskan pentingnya pengembangan industri halal di Indonesia sebagai potensi ekonomi. Sebagai respon, UU No.33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal menetapkan kewajiban sertifikasi halal bagi semua produk yang beredar di Indonesia<sup>8</sup>, sehingga pelaku usaha, termasuk skala mikro dan kecil, harus mematuhi regulasi ini.

Sertifikasi halal merupakan instrumen strategis untuk memberikan jaminan kehalalan dan nilai tambah bagi produk. Ramlan dan Nahrowi (2014) menegaskan bahwa label halal meningkatkan kepercayaan konsumen serta memperluas akses pasar global bagi pelaku usaha<sup>9</sup>. Dengan berlakunya UU JPH, pelaku UMKM wajib mengurus sertifikasi halal untuk setiap produk yang dipasarkan. Rido dan Sukmana (2021) menyatakan bahwa meski sertifikat halal dapat meningkatkan minat beli dan penjualan UMKM, keharusan ini menjadi tantangan baru karena kesadaran pengusaha mikro masih rendah<sup>10</sup>. Kondisi ini diperparah oleh fakta bahwa tingkat penerbitan sertifikat halal bagi UMKM masih kecil, meskipun banyak pihak telah melakukan pendampingan<sup>11</sup>. Beberapa studi literatur juga

---

<sup>4</sup> Ibid.

<sup>5</sup> Iza Guspian and Tsulis Amiruddin Zahri, "Inovasi Pemasaran Digital Bagi UMKM Produsen Madu Di Kabupaten Belitung Timur" 5, no. 6 (2024): 663–70.

<sup>6</sup> Muhammad Anwar Fathoni, "Potret Industri Halal Indonesia: Peluang Dan Tantangan," *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 6, no. 3 (2020): 428, <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i3.1146>.

<sup>7</sup> Ibid.

<sup>8</sup> Fuadi, Andri Soemitra, and Zuhri M. Nawawi, "Studi Literatur Implementasi Sertifikasi Halal Produk UMKM," *Jurnal EMT KITA* 6, no. 1 (2022): 118–25, <https://doi.org/10.35870/emt.v6i1.541>.

<sup>9</sup> Ramlan Ramlan and Nahrowi Nahrowi, "Sertifikasi Halal Sebagai Penerapan Etika Bisnis Islami Dalam Upaya Perlindungan Bagi Konsumen Muslim," *AHKAM : Jurnal Ilmu Syariah* 17, no. 1 (2014): 145–54, <https://doi.org/10.15408/ajis.v17i1.1251>.

<sup>10</sup> Muhammad Rido and Abdul Hadi Sukmana, "Urgensi Sertifikasi Halal Bagi Bisnis Umkm," *JOURNAL of APPLIED BUSINESS and BANKING (JABB)* 2, no. 2 (2021): 129–42, <https://doi.org/10.31764/jabb.v2i2.5644>.

<sup>11</sup> Luluk Latifah, Muhammad Anas, and Andre Ridho Saputro, "Pendampingan Proses Produk Halal (Pph) Hingga Penerbitan Sertifikasi Halal Dengan Aplikasi Si-Halal Melalui Mekanisme Halal Self Declare Pada

mengidentifikasi kendala utama UMKM dalam sertifikasi halal, yaitu rendahnya kesadaran akan pentingnya sertifikat, keterbatasan biaya dan pemahaman prosedur, serta terbatasnya kemampuan teknologi informasi<sup>12</sup>. Wimboadi et al. (2024) melaporkan bahwa rendahnya pemahaman dan tingginya biaya pelatihan merupakan hambatan signifikan bagi IKM untuk memperoleh sertifikasi halal<sup>13</sup>. Dengan demikian, di samping potensi pasar yang besar, masih terdapat gap penerapan sertifikasi halal pada pelaku usaha kecil karena berbagai kendala internal dan eksternal.

Desa Poreh merupakan salah satu Desa yang ada di Kecamatan Lenteng, Kabupaten Sumenep. Secara geografis letak Desa Poreh berjarak  $\pm$  11 Km dari Kabupaten Sumenep dengan jarak tempuh 30 menit dan  $\pm$  2 Km dari kecamatan Lenteng, dengan jarak tempuh 8 Menit serta memiliki luas wilayah sekitar 178 Hektar atau 1,78 Km<sup>2</sup>. Secara administrasi, Desa Poreh terdiri dari 4 Dusun, 5 RW dan 22 RT. Desa Poreh terbagi atas empat territorial atau dusun yang yaitu ; Dusun Tonggal, Dusun Poreh Barat, Dusun Poreh Tengah, Dusun Poreh Timur.

Tabel 1. Jumlah Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin Desa Poreh

No	Jenis Kelamin	Jumlah
1.	Laki-Laki	1513 Jiwa
2.	Perempuan	1570 Jiwa
3.	Kepala Keluarga	944 Jiwa

Seperti terlihat dalam tabel diatas, tercatat jumlah total penduduk Desa Poreh 3.083 jiwa, terdiri dari laki-laki 1.513 jiwa atau 49.08% dari total jumlah penduduk yang tercatat. Sementara perempuan 1.570 jiwa atau 50.92% dari total jumlah penduduk yang tercatat<sup>14</sup>. Sementara jumlah UMKM di Kabupaten Sumenep 691.477 unit dimana UMKM pertanian sebanyak 241.599 unit sedangkan UMKM non pertanian sebanyak 449.878 unit. Berikut merupakan hasil dari perkembangan Nilai tambah di Kabupaten Sumenep pada tahun 2020-2022 sebagai berikut:

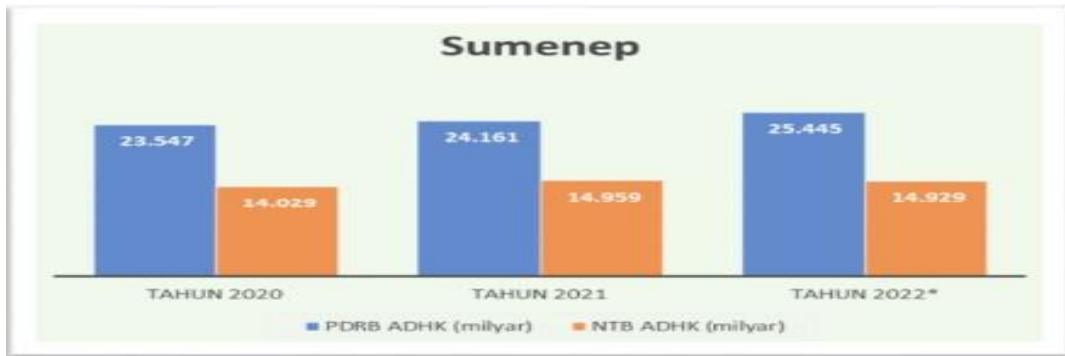
---

Pelaku Usaha Bumbu Hikmah," *Multidisiplin Pengabdian Kepada Masyarakat* 2, no. 03 (2023): 59–67, <https://doi.org/10.58471/pkm.v2i03.1972>.

<sup>12</sup> Fuadi, Soemitra, and Nawawi, "Studi Literatur Implementasi Sertifikasi Halal Produk UMKM."

<sup>13</sup> Rachmad Dessardi Wimboadi et al., "Sosialisasi Dan Pendampingan Sertifikasi Halal Untuk Meningkatkan Kualitas Dan Kredibilitas IKM Di Kota Balikpapan," *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara* 5, no. 2 (2024): 2678–86, <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v5i2.3327>.

<sup>14</sup> "Data Desa Poreh, Lenteng," n.d., <https://poreh-lenteng.datadesa.com/>.



Gambar 1. Grafik Perkembangan Nilai Tambah Bruto K-UMKM Kab. Sumenep Tahun 2020-2022 (Milyar)<sup>15</sup>

Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Desa Poreh Kecamatan Lenteng Kabupaten Sumenep menghadapi sejumlah tantangan mendasar dalam upaya meningkatkan kualitas dan daya saing produknya, terutama dalam konteks sertifikasi halal dan pemanfaatan strategi digital marketing. Permasalahan yang dihadapi mitra adalah rendahnya pemahaman tentang pentingnya sertifikasi halal serta ketidaktahuan mengenai prosedur dan persyaratan administrasinya. Sebagian besar pelaku usaha belum mengetahui mekanisme sertifikasi halal berbasis *self-declare* yang difasilitasi oleh BPJPH, termasuk tahapan teknis seperti pengurusan Nomor Induk Berusaha (NIB) melalui sistem OSS dan pengajuan melalui platform SiHalal. Selain itu, hambatan administratif turut memperburuk situasi, terutama karena banyak pelaku UMKM belum memiliki badan usaha resmi atau dokumen legalitas dasar seperti NIB yang menjadi syarat utama dalam proses sertifikasi.

Disamping kendala administratif, rendahnya literasi digital menjadi tantangan tersendiri. Sebagian besar pelaku UMKM di Desa Poreh belum akrab dengan penggunaan perangkat digital dan teknologi informasi, termasuk dalam mengakses dan mengoperasikan aplikasi layanan publik berbasis online. Kondisi ini berdampak langsung terhadap efektivitas pemasaran produk mereka yang masih mengandalkan metode konvensional dan belum mampu menjangkau pasar yang lebih luas. Keterbatasan ini menyebabkan daya saing produk UMKM di Desa Poreh tetap rendah, karena tidak mampu bersaing dengan produk sejenis yang telah bersertifikat halal dan dipasarkan secara digital. Padahal, keberadaan sertifikat halal dan kemampuan digital marketing sangat krusial dalam membangun kepercayaan konsumen serta memperluas pangsa pasar. Oleh karena itu, penguatan kapasitas pelaku UMKM melalui pelatihan dan pendampingan dalam hal sertifikasi halal dan strategi pemasaran digital menjadi kebutuhan mendesak agar UMKM lokal mampu bersaing secara berkelanjutan di era ekonomi digital.

Tujuan dari kegiatan pengabdian ini adalah memberikan pendampingan menyeluruh kepada mitra, sehingga pelaku usaha di Desa Poreh dapat memenuhi persyaratan administrasi dan memperoleh sertifikat halal untuk produknya. Kegiatan pendampingan meliputi sosialisasi regulasi jaminan produk halal, bimbingan pengurusan perizinan usaha termasuk pendaftaran NIB, serta asistensi pengisian dokumen dan pengajuan sertifikasi halal. Dengan pendekatan tersebut, diharapkan mitra memahami

<sup>15</sup> "Laporan Perhitungan Nilai Tambah Bruto Koperasi UMKM Jawa Timur," n.d., [https://diskopukm.jatimprov.go.id/public/uploads/1681376658\\_LAPORAN PERHITUNGAN NTB KUMKM JATIM 2022.pdf](https://diskopukm.jatimprov.go.id/public/uploads/1681376658_LAPORAN%20PERHITUNGAN%20NTB%20KUMKM%20JATIM%202022.pdf).

prosedur lengkap sertifikasi halal dan mampu menuntaskan setiap tahapan hingga diterbitkannya sertifikat, sebagaimana upaya yang berhasil dilakukan oleh program self-declare pada UMKM lain. Hasil akhirnya adalah meningkatnya kepatuhan mitra terhadap regulasi halal dan terbukanya akses pasar yang lebih luas melalui kepercayaan konsumen yang meningkat dan strategi pemasaran digital yang tepat.

### Metode Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan dalam peningkatan kesadaran literasi halal dan metode sertifikasi halal. Kegiatan diselenggarakan dalam bentuk pelatihan dan pendampingan. Adapun materi yang akan disampaikan dalam pelatihan dan pendampingan ini dijelaskan sebagai berikut:

- a. Proses registrasi Nomor Induk Berusaha lewat sistem OSS;
  - b. Produk *halalan Thoyyiban* dalam perspektif Islam;
  - c. Pemahaman kebersihan dan Kenajisan dalam perspektif Islam;
  - d. Syarat dan ketentuan sertifikasi melalui jalur self declare untuk produk sederhana. Serta titik kritis bahan dan proses produksi halal;
  - e. Prosedur pengajuan Sertifikasi Halal melalui si halal BPJPH Kemenag.
- Pendampingan proses pengajuan sertifikasi halal dilakukan dengan identifikasi kebutuhan registrasi halal yang diawali dengan keberadaan NIB kemudian tim merespon kondisi tersebut, maka kemudian tim melakukan kegiatan pendampingan antara lain:
- a. Persiapan persyaratan pendaftaran NIB (bagi yang belum memiliki);
  - b. Mempersiapkan berkas untuk kebutuhan SIHalal dan pengajuan sertifikasi halal;
  - c. Pendampingan (*coaching*) pengisian form sertifikasi halal melalui si halal BPJPH kemenag;
  - d. Verifikasi dan validasi oleh pendamping bersertifikat dan teregister BPJPH Kemenag.
- a) Cara yang digunakan dalam melakukan pemberdayaan kelompok sasaran  
Salah satu upaya pemberdayaan dalam pengabdian ini adalah dengan meningkatkan kemampuan masyarakat melalui pelatihan dan pendampingan. Pelatihan berfungsi untuk menanamkan pengetahuan dan pendampingan berfungsi sebagai proses praktis untuk mencapai tujuan kegiatan. Tenaga pendamping lewat mahasiswa yang telah dilatih berfungsi sebagai fasilitator, komunikator, motivator dan verifikator dan validator karena sudah memiliki sertifikat dan nomor register dari BPJPH.
- b) Cara pelibatan mahasiswa dalam kegiatan pengabdian masyarakat  
Tim pengabdian masyarakat UTM akan bekerja sama dengan Halal Center Universitas Trunojoyo dan mahasiswa (terutama yang KKN) semester genap 2023/2024 yang merupakan mahasiswa rekognisi MBKM KKNT Abdimas (20 sks) dalam memberikan pelatihan dan pendampingan. Tim *Halal Center* akan dilibatkan terkait hal pemahaman tentang sistem jaminan halal BPJPH dan titik kritis bahan dan proses produksi halal. Kemudian Tim KKN akan dilibatkan dalam pendampingan pengurusan NIB lewat OSS, pelatihan strategi pemasaran digital, serta pembuatan akun Si Halal BPJPH terhadap pelaku usaha di Desa Poreh Kecamatan Lenteng Kabupaten Sumenep.
- c) Langkah-langkah dalam bentuk program yang akan dilaksanakan

Tabel 2. Tahap Kegiatan

No	Bentuk Program	Kegiatan
1	Tahap Persiapan	Tim Abdimas Bersama Halal Center UTM
2	Tahap Sosialisasi	Sosialisasi regulasi produk halal
3	Tahap Pelatihan	Pelatihan pembuatan Strategi Pemasaran Digital, NIB dan akun Si Halal dengan melibatkan pelaku usaha di Desa Poreh Kecamatan Lenteng Kabupaten Sumenep
4	Tahap Pendampingan	Proses pendampingan pemasaran digital registrasi sertifikat halal

### Hasil dan Pembahasan

Tahap persiapan dilakukan oleh tim mahasiswa MBKM KKNT sebelum melakukan kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Poreh Kecamatan Lenteng Kabupaten Sumenep, dengan mengikuti pelatihan menjadi pendamping proses produk halal yang dilaksanakan oleh Halal Center Universitas Trunojoyo Madura. Acara ini diselenggarakan pada hari Jumat tanggal 13 September 2024. Tujuan kegiatan ini adalah untuk meningkatkan pengetahuan serta mendapatkan sertifikat kompetensi bagi mahasiswa untuk menjadi pendamping proses produk halal. Materi yang disampaikan terdiri dari :

- Ketentuan Syariah Terkait Jaminan Produk Halal
- Pengetahuan Bahan
- Regulasi Jaminan Produk Halal
- Proses Produk Halal
- Pembuatan NIB dan SiHalal



Gambar 2. Kegiatan Pelatihan menjadi Pendamping Proses Produk Halal

Kegiatan "Sosialisasi dan Pendampingan Sertifikasi Produk Halal Bagi Pelaku Usaha Mikro dan Kecil di Desa Poreh" telah dilaksanakan pada hari Rabu, 30 Oktober 2024 yang bertempat di Balai Desa Poreh, Kecamatan Lenteng, Kabupaten Sumenep. Proses yang dilakukan dalam pengabdian masyarakat saat ini adalah bersama para pendamping PPH dalam hal ini adalah para peserta mahasiswa MBKM KKNT dengan terus membantu sosialisasi terkait pentingnya sertifikasi produk halal yang ada di Desa Poreh. Beberapa pihak dalam kegiatan ini turut serta terlibat baik langsung maupun tidak langsung. Beberapa pihak tersebut antara lain Halal Center UTM sebagai konsultan para pendamping jika terdapat kendala, Pemerintah Desa Poreh sebagai mitra utama sehingga

tidak hanya sebagai objek namun juga sebagai subjek dalam kegiatan utama pendampingan sertifikasi SiHalal, hingga para pelaku Usaha Mikro Kecil yang ada di wilayah Desa Poreh Kecamatan Lenteng Kabupaten Sumenep. Para pendamping PPH menemukan berbagai kondisi yang berbeda di dalam proses pendampingan tersebut seperti belum mempunyai NIB, belum adanya nama merek produk, dan tentu belum adanya sertifikat halal produk. Kegiatan Sosialisasi dan Pendampingan Sertifikat SiHalal ini di hadiri oleh Perwakilan Pelaku Usaha dari 4 dusun di desa Poreh, kegiatan ini disambut baik dan sangat antusias oleh Pelaku Usaha dan juga perangkat desa Poreh, kegiatan ini diawali dengan pembukaan oleh MC kemudian di lanjutkan dengan sambutan oleh Dosen Pembimbing Lapangan MBKM Pengabdian Masyarakat Bapak Muhammad Ersya Faraby, SEI., MSEI, kemudian dilanjutkan oleh Ibu Kepala Desa Poreh Rizqi Fitri Febriana, S.KEP., Ns.



Gambar 3. Kegiatan Sosialisasi dan Pendampingan Sertifikasi Produk Halal Bagi Pelaku Usaha Mikro dan Kecil di Desa Poreh

Selanjutnya dilanjutkan oleh pemaparan materi yang pertama oleh pemateri dari pihak Halal Center UTM Qolbin Rohim mengenai proses pentingnya sertifikat Halal bagi Pelaku Usaha Mikro dan Kecil serta bagaimana proses alur pendaftaran Sertifikat Halal. Tahap awal dalam pembuatan sertifikat halal paa sebuah produk adalah dengan membuat NIB. NIB diperlukan saat pembuatan sertifikasi yaitu sebelum memasukkan data UMK dalam akun SiHalal. NIB adalah singkatan dari "Nomor Induk Berusaha". NIB adalah sebuah nomor yang diberikan oleh pemerintah kepada sebuah perusahaan atau bisnis untuk mengidentifikasi usaha tersebut. NIB dibutuhkan untuk melakukan berbagai kegiatan bisnis, seperti pendaftaran perusahaan, pembuatan dokument perusahaan, atau pengajuan lisensi usaha.



Gambar 4. Pemaparan Materi dari Pihak Halal Center UTM

Materi selanjutnya disampaikan Reza Maulana ketua kelompok MBKM KKNT Desa Poreh Kecamatan Lenteng Kabupaten Sumenep terkait Digital Marketing. Pada materi ini dijelaskan bagi pelaku usaha agar memahami penggunaan aplikasi media e commerce dalam membantu promosi produk pelaku usaha agar pangsa pasar menjadi lebih luas tidak hanya di Desa saja.



Gambar 5. Pemaparan Materi Digital Marketing

Tahap akhir dari kegiatan pengabdian masyarakat KKNT di desa Poreh Kecamatan Lenteng Kabupaten Sumenep yaitu setelah mendapatkan sosialisasi dilanjutkan dengan pendampingan sertifikasi produk halal. Setiap UMK mendapatkan pendampingan lebih lanjut dengan dibantu oleh para Pendamping PPH dari TIM Mahasiswa MBKM KKNT Universitas Trunojoyo Madura yang bertujuan sebagai tindak lanjut setelah memperoleh pemahaman terkait digital marketing dan pentingnya sertifikasi produk halal bagi pelaku usaha. Pelaku usaha pertama yang didampingi yaitu Bapak Miftahol Helmi yang beralamat di Dusun Lenteng Timur, sebelah utara SD Negeri Lenteng 1 Kabupaten Sumenep 69461 Jawa Timur dengan jenis produk berupa Es Jeruk Peras.



Gambar 6. Proses Pendampingan Sertifikasi Halal Es Jeruk Peras Selanjutnya Pelaku usaha kedua yang didampingi yaitu Ibu Nurul Qomariyah yang beralamat di Dusun Gutoguh, Desa Poreh Kecamatan Lenteng Kabupaten Sumenep 69461 Jawa Timur dengan jenis produk berupa Sambel Ma Sae.



Gambar 7. Proses Pendampingan Sertifikasi Halal Sambel Ma Sae Setelah diadakan pendampingan sertifikasi produk halal terhadap pelaku usaha, pada tanggal 5 November 2024 telah terbit sertifikat produk halal pelaku usaha pertama dengan nomor sertifikat ID35110020602441024 atas nama Bapak Miftahol Helmi dengan jenis produk berupa Es Jeruk Peras, dengan bukti sebagai berikut:



Gambar 7. Bukti Sertifikat Halal Es Jeruk Peras

Sementara pada tanggal 14 November 2024 telah terbit sertifikat produk halal pelaku usaha kedua dengan nomor sertifikat ID35110020723651124 atas nama Ibu Nurul Qomariyah dengan jenis produk berupa Sambal Ma Sae, dengan bukti sebagai berikut :



Gambar 7. Bukti Sertifikat Halal Sambal Ma Sae

Kegiatan pendampingan sertifikasi halal dan strategi digital marketing yang dilakukan kepada pelaku usaha di Desa Poreh memberikan dampak positif yang signifikan terhadap peningkatan pengetahuan dan perilaku mitra. Sebelum kegiatan, sebagian besar pelaku usaha belum memahami urgensi dan prosedur sertifikasi halal, namun setelah adanya sosialisasi dan pelatihan, mereka mulai menyadari bahwa sertifikat halal bukan hanya sekadar pemenuhan regulasi, tetapi juga menjadi instrumen penting untuk meningkatkan kepercayaan konsumen. Selain itu, pemahaman mitra mengenai pentingnya legalitas usaha melalui kepemilikan Nomor Induk Berusaha (NIB) juga meningkat. Mereka mulai termotivasi untuk mengurus NIB secara mandiri sebagai bagian dari proses sertifikasi halal dan sebagai bentuk legitimasi atas keberadaan usaha mereka.

Pendekatan yang dilakukan dalam kegiatan pengabdian ini terbukti cukup efektif, khususnya dengan model integratif antara sosialisasi, pelatihan teknis, dan pendampingan secara langsung oleh tim mahasiswa MBKM serta dukungan dari Halal Center Universitas Trunojoyo Madura. Kehadiran mahasiswa sebagai fasilitator yang komunikatif dan memahami konteks sosial budaya lokal menjadi kunci keberhasilan dalam menjangkau dan membina pelaku usaha secara personal. Selain itu, penggunaan pendekatan praktis dalam pelatihan, seperti simulasi pengisian dokumen dan pengoperasian sistem SiHalal, membuat materi lebih mudah dipahami dan langsung dapat diterapkan oleh peserta. Metode ini meminimalisir kesenjangan antara teori dan praktik, serta mendorong keterlibatan aktif dari pelaku usaha.

Namun demikian, selama pelaksanaan kegiatan terdapat beberapa kendala yang cukup menonjol. Salah satunya adalah keterbatasan literasi digital sebagian besar pelaku UMKM yang belum terbiasa menggunakan perangkat berbasis daring seperti sistem OSS dan aplikasi SiHalal. Untuk mengatasi kendala ini, tim pengabdian membagi pelatihan dalam kelompok-kelompok kecil dan menyediakan pendampingan intensif satu per satu agar setiap peserta dapat mengikuti proses secara tuntas. Kendala lain yang ditemui adalah ketidaksiapan administrasi awal seperti belum adanya nama merek dagang dan identitas usaha yang lengkap. Solusi yang diambil adalah dengan memberikan asistensi dalam perancangan merek serta dokumentasi usaha, agar pelaku UMKM dapat memenuhi seluruh persyaratan sertifikasi dengan baik. Dengan pendekatan yang berorientasi pada

solusi dan berbasis partisipasi, kegiatan ini tidak hanya membekali mitra dengan pengetahuan teknis, tetapi juga membangun kemandirian dalam jangka panjang.

Sosialisasi digital marketing yang dilakukan dalam rangkaian kegiatan pengabdian ini juga memberikan dampak yang signifikan terhadap perubahan pola pikir dan perilaku pelaku usaha di Desa Poreh. Sebelum kegiatan berlangsung, sebagian besar mitra belum memahami potensi besar dari pemasaran digital dalam memperluas pasar dan meningkatkan daya saing produk. Mereka cenderung masih mengandalkan metode promosi tradisional dari mulut ke mulut atau hanya mengandalkan penjualan langsung di lingkungan sekitar. Melalui kegiatan pelatihan, para pelaku usaha dikenalkan pada berbagai platform digital seperti media sosial, marketplace, dan *e-commerce* sebagai sarana promosi dan komunikasi dengan pelanggan.

Setelah sesi sosialisasi dan pelatihan berlangsung, terjadi peningkatan pemahaman yang nyata mengenai pentingnya kehadiran digital dalam membangun brand awareness dan loyalitas konsumen. Beberapa pelaku usaha mulai mengaplikasikan materi pelatihan dengan membuat akun bisnis di media sosial, mengunggah konten produk secara berkala, serta memperhatikan aspek visual seperti foto produk dan desain kemasan yang lebih menarik. Perubahan ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM mulai menyadari bahwa digital marketing bukan hanya sekadar tren, tetapi sebuah kebutuhan strategis untuk menjangkau pasar yang lebih luas dan berkelanjutan. Dampak ini semakin terasa ketika beberapa mitra mendapatkan pesanan dari luar desa setelah mempublikasikan produk mereka secara daring.

Penerapan digital marketing secara perlahan juga turut mendorong kepercayaan diri mitra untuk bersaing dengan pelaku usaha dari wilayah lain. Mereka tidak lagi merasa terisolasi secara geografis, karena kanal digital memungkinkan interaksi langsung dengan konsumen tanpa batas wilayah. Hal ini membuktikan bahwa sosialisasi digital marketing bukan hanya meningkatkan kapasitas teknis mitra, tetapi juga memperluas perspektif mereka tentang potensi pertumbuhan usaha di era digital. Dengan demikian, integrasi digital marketing dalam program pengabdian ini terbukti menjadi intervensi yang relevan dan berdampak nyata terhadap transformasi UMKM di Desa Poreh.

### **Kesimpulan**

Pelaksanaan kegiatan Pendampingan Sertifikasi Halal kepada Pelaku UMK di desa Poreh sangat bermanfaat dan membantu dalam mengakselerasi peningkatan pelaku UMK di Kabupaten Sumenep. Kegiatan ini berupa sosialisasi program sertifikasi SiHalal gratis (SEHATI), pendampingan pembuatan NIB, menginput data pada aplikasi SiHalal, pelatihan pengisian Manual SJPH, verifikasi dan validasi produk halal. Kegiatan pendampingan ini juga harus dilakukan secara berkelanjutan agar sertifikasi produk halal tidak hanya terbatas di Desa Poreh saja. Pada kegiatan ini telah terbit dua sertifikasi produk halal yaitu produk es jeruk peras dan sambal ma sae, dalam rangka memberikan layanan terbaik bagi pelaku UMK di Kabupaten Sumenep, kedepannya perlu adanya partisipasi Pemerintah Daerah untuk ikut serta membuat kegiatan pendampingan proses produk halal bagi pelaku UMK di Kabupaten Sumenep sehingga jumlah pelaku UMK yang tersertifikasi Halal dapat meningkat dan merata di setiap wilayah khususnya yang berada di Kabupaten Sumenep. Semakin meningkatnya produk yang tersertifikasi halal harapannya dapat memenuhi target pemerintah ditahun 2026 seluruh produk makanan dan minuman skala mikro dan kecil wajib bersertifikasi halal akan tercapai.

### Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terimakasih kepada Desa Poreh, Kecamatan Lenteng, Kabupaten Sumenep melalui LPPM UTM yang telah memfasilitasi pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat sebagai tanggung jawab Tridharma Perguruan Tinggi. Ucapan terima kasih juga kepada seluruh warga desa dan perangkat Desa Poreh, Kecamatan Lenteng, Kabupaten Sumenep dan semua pihak yang telah mensukseskan kegiatan pengabdian kepada masyarakat.

### Referensi

- Arumsari, Nurul Rizka, Nurzahroh Lailiyah, and Tina Rahayu. "Peran Digital Marketing Dalam Upaya Pengembangan UMKM Berbasis Teknologi Di Kelurahan Plamongansari Semarang." *SEMAR (Jurnal Ilmu Pengetahuan, Teknologi, Dan Seni Bagi Masyarakat)* 11, no. 1 (2022): 92. <https://doi.org/10.20961/semar.v11i1.57610>.
- "Data Desa Poreh, Lenteng," n.d. <https://poreh-lenteng.datadesa.com/>.
- Dessardi Wimboadi, Rachmad, Muhammad Yusuf Saharuddin, Dita Ananda, Wira Bharata, and Fareis Althalets. "Sosialisasi Dan Pendampingan Sertifikasi Halal Untuk Meningkatkan Kualitas Dan Kredibilitas IKM Di Kota Balikpapan." *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara* 5, no. 2 (2024): 2678–86. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v5i2.3327>.
- Fathoni, Muhammad Anwar. "Potret Industri Halal Indonesia: Peluang Dan Tantangan." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 6, no. 3 (2020): 428. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i3.1146>.
- Fuadi, Andri Soemitra, and Zuhri M. Nawawi. "Studi Literatur Implementasi Sertifikasi Halal Produk UMKM." *Jurnal EMT KITA* 6, no. 1 (2022): 118–25. <https://doi.org/10.35870/emt.v6i1.541>.
- Guspian, Iza, and Tsulis Amiruddin Zahri. "Inovasi Pemasaran Digital Bagi UMKM Produsen Madu Di Kabupaten Belitung Timur" 5, no. 6 (2024): 663–70.
- "Laporan Perhitungan Nilai Tambah Bruto Koperasi UMKM Jawa Timur," n.d. [https://diskopukm.jatimprov.go.id/public/uploads/1681376658\\_LAPORAN PERHITUNGAN NTB KUMKM JATIM 2022.pdf](https://diskopukm.jatimprov.go.id/public/uploads/1681376658_LAPORAN_PERHITUNGAN NTB KUMKM JATIM 2022.pdf).
- Latifah, Luluk, Muhammad Anas, and Andre Ridho Saputro. "Pendampingan Proses Produk Halal (Pph) Hingga Penerbitan Sertifikasi Halal Dengan Aplikasi Si-Halal Melalui Mekanisme Halal Self Declare Pada Pelaku Usaha Bumbu Hikmah." *Multidisiplin Pengabdian Kepada Masyarakat* 2, no. 03 (2023): 59–67. <https://doi.org/10.58471/pkm.v2i03.1972>.
- Mila, Nor, Muhammad Alfauji, Muhammad Wahyu, Muhammad Aldianoor, Zaimah Zaimah, Dewi Mayang Sari, Risma Effendy, et al. "Strategi Digital Marketing Untuk Pemasaran Produk Lokal Umkm Madu Kelulut Asli Lembeng." *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara* 5, no. 1 (2024): 1102–7. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v5i1.2902>.

Ramlan, Ramlan, and Nahrowi Nahrowi. "Sertifikasi Halal Sebagai Penerapan Etika Bisnis Islami Dalam Upaya Perlindungan Bagi Konsumen Muslim." *AHKAM : Jurnal Ilmu Syariah* 17, no. 1 (2014): 145–54. <https://doi.org/10.15408/ajis.v17i1.1251>.

Rido, Muhammad, and Abdul Hadi Sukmana. "Urgensi Sertifikasi Halal Bagi Bisnis Umkm." *JOURNAL of APPLIED BUSINESS and BANKING (JABB)* 2, no. 2 (2021): 129–42. <https://doi.org/10.31764/jabb.v2i2.5644>.

Penulis Pertama : Deykha Aguilika

E-mail: [deykha.aguilika@trunojoyo.ac.id](mailto:deykha.aguilika@trunojoyo.ac.id)

Penulis Kedua : Muhammad Ersya Faraby

E-mail: [ersya.faraby@trunojoyo.ac.id](mailto:ersya.faraby@trunojoyo.ac.id)

Penulis Ketiga : Ahmad Makhtum

E-mail: [ahmad.makhtum@trunojoyo.ac.id](mailto:ahmad.makhtum@trunojoyo.ac.id)