



Strategi Digital Marketing dan Urgensi Sertifikasi Produk Halal UMKM Desa Citapen

Irma Purnama Putri¹, Shanya Febriani², Ulfah Azizah³

¹Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati. e-mail: irmapurnamp@gmail.com

²Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati. e-mail: shanyafebriani26@gmail.com

³Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati. e-mail: ulfazzh123@gmail.com

Abstrak

Digital marketing adalah kegiatan promosi dan pencarian pasar melalui media digital secara *online* dengan memanfaatkan berbagai media misalnya jejaring sosial. Digital marketing memudahkan para pelaku usaha untuk memantau dan menyediakan segala kebutuhan dan keinginan dari konsumen. Sertifikasi halal pada produk dapat meningkatkan kepuasan pelanggan yang berpengaruh terhadap pendapatan bisnis. Dengan adanya logo halal dapat berpengaruh terhadap kepuasan dan keputusan pembelian, khususnya bagi konsumen yang beragama islam. Mengingat banyaknya pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Desa Citapen, maka Kelompok 248 KKN Sisdamas Moderasi Beragama berkolaborasi dengan Kelompok 445 KKN Tematik mengadakan seminar ekonomi bertajuk Strategi Digital Marketing dan Urgensi Sertifikasi Produk Halal. Kegiatan tersebut bertujuan untuk memberdayakan para pelaku UMKM di Desa Citapen, khususnya RW 08. Metode yang digunakan terdiri dari empat tahap, yaitu *Social Reflection, Community Organizing and Sosial Mapping, Participation Planning, dan Action*. Hasil dari seminar ini mendorong pelaku usaha Desa Citapen untuk mengembangkan usahanya dengan mengikuti perkembangan digital. Pelaku usaha diarahkan mulai dari pemasaran produk, sertifikasi produk hingga elemen kecil seperti pembuatan logo.

Kata Kunci: Digital marketing; Sertifikasi produk halal; Usaha Mikro Kecil dan Menengah

Abstract

Digital marketing is promotional activities and market search through digital media online by utilizing various media such as social networks. Digital marketing makes it easy for businesses to monitor and provide for all the needs and wants of consumers. Halal certification on products can increase customer satisfaction which affects business income. The existence of a halal logo can affect satisfaction and purchasing decisions, especially for consumers who are Muslim. Given the large number of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in Citapen Village, the 248 KKN Sisdamas Moderation Group in

collaboration with the 445 Thematic KKN Group held an economic seminar entitled Digital Marketing Strategy and the Urgency of Halal Product Certification. The activity aims to empower MSME actors in Citapen Village, especially RW 08. The method used consists of four stages, namely Social Reflection, Community Organizing and Social Mapping, Participation Planning, and Action. The results of this seminar encouraged Citapen Village entrepreneurs to develop their businesses by following digital developments. Business actors are directed starting from product marketing, product certification to small elements such as making a logo.

A. PENDAHULUAN

Dunia digital diprediksi akan menjadi poin penting bagi seluruh aktivitas manusia, termasuk dengan aktivitas bisnis. Pertumbuhan kepemilikan smartphone yang tinggi menjadi salah satu indikator yang memacu pesatnya dunia digital, karena dengan adanya smartphone memberikan kemudahan akses internet, selain pertumbuhan smartphone yang tinggi, peningkatan kualitas akses data serta perbaikan infrastruktur telekomunikasi juga menjadi faktor pendukung pesatnya dunia digital.

Pesatnya perkembangan dunia digital dan internet tentu berimbas pada dunia pemasaran. Tren pemasaran beralih dari yang awalnya konvensional (offline) menjadi digital (online). Digital marketing adalah kegiatan promosi dan pencarian pasar melalui media digital secara online dengan memanfaatkan berbagai media misalnya jejaring sosial. Digital marketing memudahkan para pelaku usaha untuk memantau dan menyediakan segala kebutuhan dan keinginan dari konsumen, di sisi lain konsumen juga dapat mencari dan mendapat informasi mengenai produk yang ingin dibeli. Digital marketing dapat menjangkau seluruh lapisan masyarakat, dimana pun tanpa adanya batasan geografis maupun waktu.

Melansir data *we are sosial* pada Januari 2023, menunjukkan bahwa di Indonesia terdapat sebanyak 167 juta orang pengguna aktif media sosial. Jumlah tersebut setara dengan 60,4% dari populasi penduduk yang ada. Adapun waktu yang dihabiskan untuk berselancar di media sosial mencapai 3 jam 18 menit setiap harinya.¹ Durasi tersebut menjadi yang tertinggi kesepuluh di dunia. Hal ini mencerminkan bahwa perilaku masyarakat di Indonesia mulai berubah ke gaya hidup digital. Namun, peluang yang ada belum diikuti dengan perubahan perspektif para pelaku usaha. Pemanfaatan pemasaran melalui digital marketing masih belum dimaksimalkan, sehingga tidak berbanding lurus dengan pertumbuhan jumlah pengguna internet yang drastis. Berdasarkan survei ECommerce 2021 yang dilakukan oleh badan pusat statistik, sebanyak 63,52% pelaku usaha E-Commerce telah memanfaatkan layanan internet untuk pemasaran digital, baik melalui media sosial maupun marketplace. Hal ini menunjukkan bahwa potensi digital marketing di Indonesia masih sangat besar.

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) mempunyai peran yang sangat penting bagi ekonomi Indonesia, pada saat ekonomi dunia dan Indonesia mengalami

¹ dataindonesia.id, 'Pengguna Media Sosial Di Indonesia Sebanyak 167 Juta Pada 2023', *Dataindonesia.Id*, 2023 <<https://dataindonesia.id/internet/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-sebanyak-167-juta-pada-2023>> [accessed 1 September 2023].

resesi, justru pelaku UMKM tidak sedikitpun terkena dampak resesi tersebut, bahkan sebagian besar pelaku usaha UMKM dapat mengembangkan

usahnya dalam menunjang perekonomian negara. Menurut Maulana (2017), era digital tidak akan mungkin dapat dihindari. Pakar pemasaran Yuswohadi mengungkapkan bahwa jika ingin bertahan, maka pelaku UMKM harus mampu mengikuti dan memaksimalkan manfaat dari perkembangan digital. Media sosial merupakan suatu sarana digital marketing yang paling mudah untuk dimanfaatkan. Namun para pelaku usaha UMKM masih minim pengetahuan terhadap digital marketing dan E-Commerce. Potensi pemanfaatan digital memaksa masyarakat untuk meleak teknologi diperlukan sosialisasi untuk memberikan pengetahuan dan pemahaman dalam memanfaatkan teknologi internet.

Berdasarkan UU No. 33 Tahun 2014, diharapkan setiap produk yang beredar di Indonesia telah bersertifikasi halal, tidak terkecuali UMKM (Widayat, Sulardjaka, Al-Baarri dan Nurjannah, 2020). Adapun tujuan sertifikasi halal pada produk adalah untuk memberikan kepastian status kehalalan, sehingga dapat memberikan ketenangan batin konsumen dalam mengkonsumsinya (Asrida, Hariyanti, Musaid & Hariyati, 2020). Hal ini diterangkan dalam Islam bahwa mengonsumsi makanan halal dan baik merupakan perintah Allah yang tercantum dalam surat Al-Baqarah ayat 168:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَوْ تَتَّبِعُوا شَيْئًا مِمَّا كَفَرُوا بِكُمْ
وَمُبِينًا

Artinya: "Wahai manusia! Makanlah dari (makanan) yang halal dan baik yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan. Sungguh, setan itu musuh yang nyata bagimu."²

Pada ayat di atas, dijelaskan bahwa al-Qur'an telah memberi petunjuk mengenai makanan yang baik adalah makanan yang halal, halal disini adalah makanan yang tidak diharamkan dalam fiqh dan tidak melanggar hukum. Sertifikasi halal pada produk dapat meningkatkan kepuasan pelanggan yang berpengaruh terhadap pendapatan bisnis. Logo halal dan kejelasan dari komposisi pada kemasan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Dengan adanya logo halal dapat berpengaruh terhadap kepuasan dan keputusan pembelian, khususnya bagi konsumen yang beragama Islam. Kendala yang terjadi di Indonesia adalah UMKM yang belum bisa menerapkan kebijakan pemerintah dengan baik karena masih kurangnya pengetahuan mengenai sertifikasi halal.

Berdasarkan Sistem Informasi Halal (SiHALAL) pada Oktober 2022, tercatat dalam kurun waktu 2019-2022 terdapat 749.971 produk yang telah tersertifikasi halal. Jika dilihat dari data yang ada rata-rata 250 ribu produk per tahun telah berhasil diberikan sertifikasi. Faktor lain yang menjadi perhatian yaitu layanan dalam pemberian sertifikasi halal. Upaya yang dilakukan BPJPH untuk memberikan layanan yang mudah, murah, dan cepat dilakukan dengan menerapkan transformasi digital dalam proses registrasi dan sertifikasi halal. "Saat ini SiHALAL sudah terintegrasi dengan OSS BKPM dan sistem Lembaga Pemeriksa Halal (LPH)." Kata M. Aqil Irham Kepala BPJPH. Berbagai program telah diluncurkan oleh BPJPH untuk mengupayakan

² Merdeka.com, 'Al-Quran Surat Al-Baqarah Ayat 168', www.Merdeka.Com

<<https://www.merdeka.com/quran/al-baqarah/ayat-168>> [accessed 1 September 2023].

<https://proceedings.uinsgd.ac.id/index.php/Proceedings>

sertifikasi halal bagi para UMK salah satunya yaitu menurunkan biaya pendaftaran sertifikasi halal dan menggelontorkan program

Sertifikasi Halal Gratis (Sehati) bagi 10 ribu UMK. Selain layanan sertifikasi, perbaikan juga dilakukan di bidang pengawasan dan pembinaan jaminan produk halal. Sampai saat ini terhitung BPJPH telah menggandeng 151 Lembaga Pendamping Proses Produk Halal (LPPPH) yang terdiri dari ormas islam dan universitas. BPJPH juga telah melakukan sertifikasi pada 344 penyelia halal dan 18.248 pendamping Proses Produk Halal (PPH). Untuk memastikan standarisasi jaminan produk halal, BPJPH juga memiliki kurang lebih sebanyak 497 auditor halal tersertifikasi.³

Hasil observasi awal dengan pelaku usaha di desa Citapen khususnya warga RW 08, kendala yang dihadapi adalah berkaitan dengan sertifikasi halal, ialah: (1) pelaku usaha UMKM banyak yang belum memahami tata cara untuk mengajukan sertifikasi halal; (2) para pelaku usaha UMKM kurang memahami pentingnya sertifikasi halal dan dampaknya pada UMKM; (3) pelaku usaha UMKM menganggap proses pengajuan sertifikasi halal itu sangat rumit dan memerlukan waktu yang lama. Maka dari itu diperlukannya pendampingan dan sosialisasi agar para pelaku usaha UMKM dapat lebih mengetahui dan memahami pentingnya sertifikasi halal bagi peningkatan penjualan dan kepuasan konsumen.

B. METODE PENGABDIAN

Metode yang digunakan penulis pada kegiatan pengabdian ini mengacu pada langkah-langkah pengabdian berbasis Sistem Pemberdayaan Masyarakat (Sisdamas) Moderasi Beragama, yang didalamnya terdiri dari siklus I hingga IV. Sisdamas dimulai dengan kegiatan observasi lapangan untuk melihat potensi dan permasalahan yang ada di Desa Citapen. Potensi dan permasalahan di Desa Citapen didapat melalui wawancara dengan Sekretaris Desa dan perwakilan dari Warga Dusun 1 Desa Citapen. Wawancara terhadap masyarakat berlangsung saat KKN Sisdamas Moderasi Beragama berlangsung. Adapun siklus untuk kegiatan dan evaluasi ini terdiri atas 4 siklus, yaitu⁴:

1. Social Reflection, adalah kegiatan untuk mengadaptasi diri dengan masyarakat serta mengajak masyarakat untuk mengidentifikasi berbagai masalah dan kebutuhan secara tertulis dan terdokumentasikan. Pada tahap ini disampaikan peran mahasiswa sebagai fasilitator, serta tujuan KKN Sisdamas sebagai upaya pemecahan masalah-masalah sosial.
2. Community Organizing and Sosial Mapping, adalah membuat profil masyarakat atau disebut juga dengan social profiling. Tujuan dari siklus ini adalah untuk memetakan kebutuhan, masalah dan potensi masyarakat secara mandiri. Adapun peran dosen dan mahasiswa sebagai pemandu dan pendorong kesadaran masyarakat terhadap pemetaan sosial secara kritis. Selanjutnya, masyarakat akan didorong pada kegiatan pengorganisasian, dimana masyarakat akan membentuk atau mengoptimalkan organisasi masyarakat dalam bentuk paguyuban

³ Nur Faridah, 'Menuju UMKM Syariah Indonesia 2024 Dengan Produk Halal', *Halal.Unair.Ac.Id*, 2023 <<https://halal.unair.ac.id/blog/2023/05/16/1813/>> [accessed 1 September 2023].

⁴ Ramdhani Wahyu Sururie and Dkk, 'Model Kkn Sisdamas Uin Sunan Gunung Djati Bandung: Tantangan Dan Peluang Pelaksanaan', *Jurnal Al-Khidmat : Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 02 (2019).

berdasarkan dari kebutuhan, masalah dan potensi yang muncul dari pemetaan sosial.

3. Participation Planning, adalah tahap pengolahan data hasil pemetaan sosial. Dimana organisasi yang telah dipilih dari siklus sebelumnya akan menyusun dokumen perencanaan. Dokumen ini berisikan program-program yang berjenjang, baik jangka pendek, menengah maupun jangka panjang. Langkah selanjutnya adalah dokumen tadi disinergikan dengan program-program masyarakat setempat. Siklus ini membantu untuk perencanaan pembangunan, karena saling mengisi kekurangan dalam pelaksanaan program yang sama atau belum terakomodir di desa tersebut.
4. Action, siklus ke IV ini terdiri atas pelaksanaan program, monitoring dan evaluasi. Siklus terakhir merupakan tahapan pelaksanaan program yang sudah disepakati prioritasnya. Pada tahap ini juga menjadi tahap monitoring dan evaluasi program. Siklus ini dilaksanakan secara berkala, supaya dapat mengukur kelebihan dan kekurangan serta memberikan rekomendasi sebagai penyempurnaan pelaksanaan program.

C. PELAKSANAAN KEGIATAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan dengan mengadakan seminar UMKM mengenai strategi pemanfaatan digital marketing serta urgensi sertifikasi halal terhadap UMKM desa Citapen di era digital khususnya bagi Dusun 1, yang menjadi wilayah dampingan dari kelompok 248 KKN Sisdamas Moderasi Bergama. Kegiatan ini dilaksanakan pada 12 Agustus 2023 di Aula Kantor Desa Citapen yang berlokasi di Jl. Raya Citapen No. 67, Kelurahan Citapen, Kecamatan Cihampelas, Kab. Bandung Barat, Kode Pos 40562. Waktu yang dialokasikan untuk kegiatan ini adalah 2,5 jam. Kegiatan berlangsung pukul 09.00-11.30 WIB. Kegiatan ini dimaksudkan untuk membantu masyarakat agar lebih mengenal mengenai digital marketing serta urgensi sertifikasi halal di era digital.

Kerangka atau tahapan dalam kegiatan seminar dan sosialisasi ini adalah sebagai berikut⁵:

1. Analisis Kebutuhan

Berdasarkan hasil observasi dari siklus 1 dan 2 maka masyarakat khususnya pelaku usaha atau UMKM memerlukan program ini dengan mempertimbangkan:

- a. Kurangnya pemahaman pelaku usaha atau UMKM mengenai digital marketing dan pentingnya sertifikasi halal bagi usaha mereka;
- b. Kurangnya kemampuan pelaku UMKM dalam mempraktikkan digital marketing dengan memanfaatkan jejaring sosial
- c. Pelaku usaha atau UMKM belum memahami tata cara mengajukan sertifikasi halal terhadap produknya.
- d. Pelaku usaha atau UMKM menganggap bahwa proses pengajuan sertifikasi halal sangat rumit dan lama, sehingga diperlukan sosialisasi dan pendampingan secara khusus.

⁵ Dedi Purwana ES and Dkk, 'Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit', *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 2017.

2. Rancangan Instruksional

Dalam menentukan rancangan instruksional maka perlu dipertimbangkan aspek-aspek berikut:

- a. Isi materi program kegiatan harus sesuai dengan kebutuhan dari para pelaku usaha atau UMKM. Kelompok 248 KKN Sisdamas Moderasi Beragama telah melakukan pemetaan kebutuhan materi bagi pelaku usaha atau UMKM, sehingga terbentuklah dua materi yang akan dijelaskan pada kegiatan sosialisasi dan seminar.
- b. Latar belakang pelaku usaha atau UMKM seperti usia, jenis kelamin dan sebagainya.
- c. Jenis usaha dan lama usaha yang digeluti

3. Tahap Pengembangan

Pada kegiatan ini, kelompok 248 KKN Sisdamas Moderasi Beragama berupaya mengembangkan kegiatan baik dalam hal menyampaikan materi kegiatan, praktik, maupun tanya jawab atas materi yang disampaikan. Selain itu juga kelompok 248 bersama dengan KKN Tematik 445 menyediakan stand pendaftaran sertifikasi halal dan pembuatan logo halal.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil survei yang dilakukan pada siklus social reflection, diketahui bahwa mayoritas mata pencaharian masyarakat Desa Citapen, khususnya dusun 1 adalah buruh, petani, dan pelaku UMKM. Pelaku UMKM terus mengalami peningkatan seiring dengan pembangunan industri. Pada tahun 2020, pelaku UMKM pada bidang kuliner hanya berjumlah 5 orang⁶. Namun, saat ini semakin banyak dijumpai usaha kuliner di Desa Citapen, khususnya di Dusun 1 RW 08.

Tabel 1. Data Pelaku UMKM di Dusun 1 RW 08

No.	Nama/Jenis Usaha	Pemilik
1.	Kuliner Saung Boboko	Maat
2.	Warung	Ani. S
3.	Kuliner Dapour Kebuli	Saepulbudiana
4.	Warung Rana Rajan	Novi
5.	Kuliner	Desi/Ade S
6.	Kuliner	Tika/Hilda
7.	Kuliner	Lukas Sandi/Windy
8.	Arieyens Foto	Arip

⁶ Siska Sonita Septiani, 'Perubahan Sosial Masyarakat Desa Citapen Akibat Adanya Pembangunan Industri (Studi Kasus Di Desa Citapen Kecamatan Cihampelas Kabupaten Bandung Barat)', 2020.

9.	Warung Ain	Mamay/Ita Tirta
10.	Bengkel Motor RR	Asep K

11.	Kuliner	Siti Zaenab
12.	Kedai Kayla	Kuntoro
13.	Warung	Sri Winarti/Didin
14.	Warung	Imas M
15.	Warung	Nurhikmah
16.	Wedding	Mikyal
17.	Kuliner	Ai Rahayu
18.	Kuliner	Siti Komala
19.	Kuliner	Yoni Lukmana/Nani
20.	Warung	Sulistio/Karti W
21.	Warung	Haris/Siti Khodijah
22.	Warung	Sri S
23.	Warung	Siti Wartini
24.	Warung	Lilis
25.	Konveksi	Arsyad
26.	Konveksi	Risnawati
27.	Kuliner	Hani H

Sumber 1. Data Ketua RW 08 Desa Citapen

Jumlah pelaku UMKM di Desa Citapen meningkat secara signifikan dalam kurun waktu tiga tahun. Di RW 08 terdapat 27 UMKM pada bidang kuliner, jasa dan perdagangan. Selain RW 08, pelaku UMKM juga terdapat di 13 RW lainnya.

Masyarakat Desa Citapen saat ini berada pada range ekonomi kelas menengah ke bawah dan UMKM dapat berperan aktif untuk mendorong ekonomi masyarakat di desa ini. Membangun UMKM desa akan meningkatkan pendapatan masyarakat. Pemasaran menjadi poin penting dalam mengembangkan usaha tersebut. sejalan dengan perkembangan digital, pelaku UMKM juga harus dapat melaksanakan pemasaran secara digital.

Maka dari itu, salah satu upaya kegiatan pengabdian ini dilakukan dengan membuka seminar yang membahas mengenai strategi pemasaran berbasis digital guna membangun UMKM Desa Citapen di era digital dan juga pentingnya sertifikasi halal sebagai salah satu upaya peningkatan penjualan dalam UMKM.

Seminar ini dihadiri oleh 40 peserta pelaku UMKM yang bertempat tinggal di desa citapen khususnya warga dusun 1. Seminar ini dibagi dalam dua materi. Materi pertama mengenai digital marketing pada UMKM dengan pembicara Kepala Komunikasi Pemasaran Terpadu, Nofandi Surya. Pada materi ini, pelaku usaha dijelaskan mengenai cara memasarkan produk secara digital dengan memanfaatkan sosial media.

Gambar 1. Kegiatan Seminar



Sosial media merupakan wadah yang efektif dan efisien untuk memasarkan berbagai produk di era digital dengan melalui gambar ataupun video. Produk yang diunggah melalui sosial media akan menjangkau sasaran lebih luas dan meningkatkan penjualan. Masyarakat pada era saat ini lebih sering menggunakan sosial media dan berbelanja secara online dari pada membelinya secara langsung di toko, maka dari itu membangun sosial media untuk memasarkan produk merupakan hal penting pada era digitalisasi ini.

Sosial media yang sedang marak digunakan saat ini adalah TikTok. TikTok merupakan aplikasi yang sangat efisien bagi pelaku usaha karena didalamnya selain berfungsi sebagai sosial media, juga terdapat marketplace. Sehingga, masyarakat yang tertarik pada produk yang dipasarkan di TikTok dapat langsung membeli di aplikasi tersebut. Dengan pembawaan materi seminar dilakukan dalam dua arah, diketahui bahwa peserta seminar banyak yang tidak menggunakan tiktok dalam memasarkan produknya. Mayoritas pelaku usaha tersebut menggunakan whatsapp atau melakukan pemasaran secara langsung.

Selain membangun sosial media, pelaku usaha juga perlu mengetahui faktor apa saja yang dapat menarik seseorang untuk membeli sebuah produk. Pelaku usaha harus memperhatikan kemasan produknya supaya dibuat menarik dan memikat pelanggan. Dalam kemasan dapat disertakan informasi dan nomor kontak pelaku usaha supaya masyarakat lebih udah mengetahui informasi produk tersebut.

Logo juga termasuk hal yang perlu diperhatikan dalam usaha karena logo memberi kepercayaan dan kesan baik kepada masyarakat untuk mau menggunakan produk. Banyak pelaku usaha yang belum memiliki logo pada produknya. Dalam seminar ini, pelaku usaha diarahkan dan dibantu dalam pembuatan logo produk usahanya. Masyarakat dapat mengunjungi stand yang disediakan di dalam ruang seminar untuk berkonsultasi mengenai logo yang ingin dibuat untuk produknya secara gratis. Kemudian, logo tersebut akan diproses hingga jadi oleh mahasiswa KKN dan diberikan kepada masyarakat.

Faktor lain yang dapat menarik seseorang untuk membeli sebuah produk adalah dengan memberi kepastian kepada pelanggan bahwa produk tersebut aman dikonsumsi dan digunakan serta dijamin kehalalannya. Maka dari itu materi kedua dalam seminar ini mengenai sertifikasi halal pada produk makanan.

Berkolaborasi dengan Kelompok KKN Tematik 445, seminar ini menghasilkan output berupa sertifikat produk halal pada pelaku usaha bidang makanan yang hadir dalam seminar ini.

Masyarakat yang memiliki produk makanan yang belum memiliki sertifikat halal dibantu dalam proses pendaftaran dan pembuatannya di stand tersebut. Syarat produk yang dapat dibantu pendaftarannya secara gratis adalah produk makanan yang menggunakan bahan yang sudah dipastikan kehalalannya dan tidak berbahaya serta tidak mengandung unsur hewan hasil sembelihan, kecuali berasal dari produsen atau rumah potong hewan/rumah potong unggas yang sudah bersertifikasi halal⁷. Jika makanan tersebut mengandung unsur hewan atau produk yang perlu melalui proses pemeriksaan atau pengujian kehalalan maka pelaku usaha akan diberitahukan untuk melakukan sertifikasi produk halal regular.

Selain pada saat seminar, sertifikasi produk halal juga dilakukan selama 40 hari masa pengabdian. Sebanyak 31 pelaku usaha melakukan sertifikasi produk halal di Desa Citapen yang diurus oleh mahasiswa KKN Tematik 445. Disini, KKN Sisdamas 248 berpartisipasi dalam sosialisasi sertifikasi produk halal kepada masyarakat dusun 1 Desa Citapen yang memiliki usaha.

Tabel 2. Data usaha yang melakukan sertifikasi produk halal di desa citapen

No.	Nama Pelaku Usaha	Jenis Usaha
1.	Eti	Pop Ice Dan Makaroni Warung Bu Eti
2.	Titing	Warung Nasi Citapen
3.	Asep Dadang Sujana	Batagor Pak Asep
4.	Ai Herawati	Seblak Mommy Nanda
5.	Ade Sumpena Wijaya	Ketoprak Cirebon Ade
6.	Imas Sumiaty	Kantin Ibu Imas
7.	Jajang Surya	Cakue Mantap
8.	Suryana	Kedai Kang Izhur
9.	Neng Yanti Pupuh Rohaeni	Kedai Dan Minuman PNC
10.	Rohayati	Es Kelapa Muda Tasik
11.	Topik Solehudin	Ubi Cilembu Si Madu Tulen

⁷ Kemenag, 'Syarat Daftar Sertifikasi Halal Gratis Kategori "Self Declare"', *Kemenag.Go.Id*, 2022
 <<https://kemenag.go.id/nasional/ini-syarat-daftar-sertifikasi-halal-gratis-kategori-quotself-declarequot-4b6skv>>
 [accessed 4 September 2023].

12.	Ai Juariyah	Warung Mamah Fahri
13.	Yayan Haryana	Mie Ayam Sedap

14.	Purwatiningsih	Nasi Kuning Dan Kupat Tahu Bude Ipung
15	Purwatiningsih	Bude Ipung Cookies
16	Eti Sumiati	Warung Ibu Rusmini
17	Jajang	Es Kelapa Pak Jajang
18	Lili Sadili	Pempek Dan Cilor Pak Lili
19	Lilis Sumarni	Kedai Ibu Lilis
20	Neneng Popon Nursilawati	Kedai Deluq
21	Ai Rahayu	Kedai Keys Food
22	Ai Hayati	Warung Bakso Teras Citapen
23	Ayu Lestari	Kedai Ibu Ayu
24	Kuntoro	Kedai Khayla
25	Agus Mulya Hadiat	Ketoprak Khas Cirebon
26	Siti Syarifah Hasanah	Kedai Bu Siti Syarifah
27	Yeti Cumiatty	Warung Ibu Yeti
28	Yana Sudrajat	Juice Boga Rasa

29	Mamay Maryi	Warung Mamah Aina
30	Entis	Batagor Kering Entis
31	Mia Rustiani	Bubur Ayam Cianjur

Sumber 2. Rekapitulasi Data Sertifikasi Produk Halal Pelaku Usaha KKN Tematik 445 Kec. Cihampelas

Setelah membuat sertifikat produk halal, pelaku usaha dapat mencantumkan logo halal pada produknya. Adanya logo halal pada kemasan dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk tersebut karena terdapat jaminan dan kepastian bahwa produk tersebut halal. Hal ini juga berpengaruh pada pemasaran produk karena dapat meningkatkan pembelian dengan adanya jaminan kepastian bahwa produk tersebut halal.

Hasil dari seminar ini mendorong pelaku usaha Desa Citapen untuk mengembangkan usahanya dengan mengikuti perkembangan digital. Pelaku usaha diarahkan mulai dari pemasaran produk, sertifikasi produk hingga elemen kecil seperti pembuatan logo.

E. PENUTUP

Kuliah Kerja Nyata (KKN) merupakan program perguruan tinggi yang dijalankan oleh mahasiswa untuk mengabdikan diri dan melakukan pemberdayaan kepada masyarakat melalui pendekatan lintas keilmuan dan sektoral dalam kurun waktu tertentu. KKN terbagi atas beberapa jenis, seperti KKN Reguler, KKN Sisdamas Moderasi Beragama, KKN Tematik, dll. KKN Sisdamas Moderasi Beragama adalah KKN yang merujuk pada pengembangan moderasi beragama serta penguatan potensi masyarakat pedesaan.

Dalam melaksanakan kegiatan KKN Sisdamas Moderasi Bergama, kelompok 248 mempunyai 6 program kerja yang terbentuk setelah rembuk warga berdasarkan kesepakatan bersama dengan tujuan pemberdayaan bagi masyarakat di Desa Citapen. Dalam bidang ekonomi kelompok 248 membuat program yang bertujuan bagi pemberdayaan UMKM. Kelompok 248 melakukan kolaborasi dengan KKN Tematik 445 untuk mengadakan kegiatan seminar mengenai digital marketing dan urgensi sertifikasi halal.

Sebelum mengadakan kegiatan seminar, kelompok 248 dan KKN Tematik 445 melakukan survei dan di dapat hasil bahwa jumlah UMKM di Desa Citapen meningkat secara signifikan dalam kurun waktu 3 tahun. Pada RW 08 terdapat 27 UMKM pada bidang kuliner, jasa dan perdagangan. Selain RW 08, pelaku UMKM juga terdapat di 13 RW lainnya. Maka dari itu, salah satu upaya kegiatan pengabdian ini dilakukan dengan membuka seminar yang membahas mengenai strategi pemasaran berbasis digital guna membangun UMKM desa citapen di era digital dan juga pentingnya sertifikasi halal sebagai salah satu upaya peningkatan penjualan dalam UMKM.

Selain pada saat seminar, sertifikasi produk halal juga dilakukan selama 40 hari masa pengabdian. Sebanyak 31 pelaku usaha melakukan sertifikasi produk halal di Desa Citapen yang diurus oleh mahasiswa KKN Tematik 445. Disini, KKN Sisdamas 248 berpartisipasi dalam sosialisasi sertifikasi produk halal kepada masyarakat dusun 1 Desa Citapen yang memiliki usaha. Hasil dari seminar ini mendorong pelaku

UMKM Desa Citapen untuk mengembangkan usahanya dengan mengikuti perkembangan digital. Pelaku usaha diarahkan mulai dari pemasaran produk, sertifikasi produk hingga elemen kecil seperti pembuatan logo.

F. UCAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillahirabilalaamiin, program Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Citapen, Kecamatan Cihampelas, Kabupaten Bandung Barat, Provinsi Jawa Barat yang dimulai sejak tanggal 11 Juli sampai dengan tanggal 19 Agustus 2023 dapat berjalan dengan lancar dan dapat terselesaikan dengan baik hingga dengan tersusunnya laporan akhir ini. Laporan ini disusun sebagai salah satu penilaian dan seluruh program Kuliah Kerja Nyata serta untuk mengetahui sejauh mana program kegiatan mahasiswa dalam melaksanakan KKN.

Kami menyadari bahwa pelaksanaan KKN dan penyusunan laporan ini tidak lepas dari bimbingan, dorongan dan bantuan baik materi maupun nonmateri dari berbagai pihak, sehingga program program yang telah direncanakan dapat terealisasi dengan baik serta dapat diselesaikan dengan tepat waktu. Oleh karena itu kami menghaturkan ucapan terima kasih kepada:

1. Allah SWT, yang selalu ada dalam setiap langkah, berkat karunia, hidayah, akal, kesehatan, kekuatan, dan segala bentuk kemudahan dan bantuan-Nya.
2. Bapak Prof. Dr. K.H. Rosihon Anwar, M. Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melaksanakan program KKN.
3. Lembaga penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung yang telah mengorganisir kegiatan KKN.
4. Bapak Dr. Wisnu Uriawan, M. Kom., selaku Dosen Pembimbing Lapangan yang selalu memberi bimbingan dan pengarahan.
5. Bapak Iwan Kristiawan selaku kepala Desa Citapen beserta jajarannya yang bersedia menerima dan memberi sambutan baik
6. Seluruh masyarakat RW 08 Desa Citapen, atas segala bantuan dan kerjasamanya sehingga Kuliah Kerja Nyata ini dapat berjalan dengan lancar.
7. Orang tua, yang tidak henti-hentinya memberi dukungan baik materi maupun non-materi.
8. Semua pihak yang sudah berpartisipasi dan memberi dukungan baik materi maupun non-materi yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Semoga Allah SWT. senantiasa melimpahkan rahmat hidayah serta Inayah-Nya kepada kita semua, sehingga kita selalu diberikan kelancaran dalam segala urusan dan selalu menjadi hamba-Nya yang berada pada jalan kebenaran agar senantiasa diberi keselamatan dan kebahagiaan dunia dan akhirat. Oleh karena itu, kami memohon maaf kepada semua pihak atas kekhilafan dan kekurangan dalam menjalankan Kuliah Kerja Nyata di Desa Citapen. Harapan kami semoga Kuliah Kerja Nyata ini dapat bermanfaat bagi seluruh pihak yang bersangkutan.

G. DAFTAR PUSTAKA

dataindonesia.id, 'Pengguna Media Sosial Di Indonesia Sebanyak 167 Juta Pada 2023',
Dataindonesia.Id,

2023

<https://proceedings.uinsgd.ac.id/index.php/Proceedings>

<<https://dataindonesia.id/internet/detail/pengguna-media-sosial-diindonesia-sebanyak-167-juta-pada-2023>> [accessed 1 September 2023]

ES, Dedi Purwana, and Dkk, 'Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit', Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM), 2017

Faridah, Nur, 'Menuju UMKM Syariah Indonesia 2024 Dengan Produk Halal', Halal.Unair.Ac.Id, 2023 <<https://halal.unair.ac.id/blog/2023/05/16/1813/>> [accessed 1 September 2023]

Kemenag, 'Syarat Daftar Sertifikasi Halal Gratis Kategori "Self Declare"', Kemenag.Go.Id, 2022 <<https://kemenag.go.id/nasional/ini-syarat-daftarsertifikasi-halal-gratis-kategori-quotsself-declarequot-4b6skv>> [accessed 4 September 2023]

Merdeka.com, 'Al-Quran Surat Al-Baqarah Ayat 168', Wwww.Merdeka.Com <<https://www.merdeka.com/quran/al-baqarah/ayat-168>> [accessed 1 September 2023]

Sururie, Ramdhani Wahyu, and Dkk, 'Model Kkn Sisdamas Uin Sunan Gunung Djati Bandung: Tantangan Dan Peluang Pelaksanaan', Jurnal Al-Khidmat : Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat, 02 (2019)

Septiani, Siska Sonita, 'Perubahan Sosial Masyarakat Desa Citapen Akibat Adanya Pembangunan Industri (Studi Kasus Di Desa Citapen Kecamatan Cihampelas Kabupaten Bandung Barat)', 2020