

Strategi Pemasaran dan Urgensi Halal di Era Digital

Anneu Puspita Dewi¹, Fityan Dheandra Muhammad Naufal², Nida Yuliani Zakiyah³

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

²Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati. e-mail: fdheandra34@gmail.com

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

Abstrak

Desa Batulayang merupakan salah satu desa di Kecamatan Cililin Kabupaten Bandung Barat. Salah satu mata pencaharian masyarakat sekitar Desa Batulayang ialah sebagai pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Masyarakat Dusun 4 Desa Batulayang memiliki pontesi yang cukup besar untuk dipertimbangkan, namun potensi yang dimiliki belum dioptimalkan secara baik dan masih terdapat berbagai permasalahan yang terjadi, salah satunya adalah para pelaku UMKM ini tidak menyadari akan opentingnya digital maretinng dan sertifikasi halal. Tujuan dari pengabdian ini yaitu melakukan optimalisasi digital marketing dan sertifikasi halal dengan mengadakan sosialisasi untuk meningkatkan potensi pada setiap UMKM. Metode yang digunakan untuk memperoleh data yaitu dengan melakukan observasi dan sosialisasi secara *door to door* kepada para pelaku UMKM di Dusun 4 Desa Batulayang. Dengan adanya observasi dan sosialisasi ini dapat lebih mengoptimalkan potensi dari setiap pelaku UMKM dalam hal meningkatkan penjualannya.

Kata Kunci: *Digital Marketing*, UMKM, Sertifikasi Halal.

Abstract

Batulayang Village is one of the villages in Cililin District, West Bandung Regency. One of the livelihoods of the people around Batulayang Village is as UMKM. The people of Dusun 4 Batulayang Village have considerable potential to consider, but their potential has not been optimized properly and there are still various problems that occur, one of which is that these MSME actors are not aware of the opening of digital marketing and halal certification. The purpose of this service is to optimize digital marketing and halal certification by holding socialization to increase the potential of each MSME. The method used to obtain data is by conducting door-to-door observation and outreach to UMKM actors in Dusun 4 Batulayang Village. With this observation and socialization, it can further optimize the potential of every UMKM actor in terms of increasing sales.

Keywords: Digital Marketing, UMKM, Halal Certification.

A. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang semakin maju sangatlah bermanfaat bagi para pelaku usaha, apalagi dalam hal strategi pemasaran dengan tujuan untuk memperluas pangsa pasar setiap usaha. Pemberdayaan masyarakat melalui teknologi merupakan ikhtiar untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat yang lebih bermartabat dan berhasil. Selama ini strategi pemberdayaan berbasis teknologi mengandalkan kegiatan pelatihan yang tidak berkelanjutan (Hadi & Zakiah, 2021; Hilmiana & Kirana, 2021; dan Zaifuddin, 2022). Digital marketing dapat dimanfaatkan sebagai sarana untuk memasarkan atau mempromosikan produk ataupun jasa yang akan ditawarkan. Sosial media dan website e-commerce merupakan tempat bagi para pelaku usaha untuk memperluas jangkauan usaha, memperluas jangkauan konsumen serta menambah mitra usaha.

Digital marketing memiliki banyak kelebihan jika dibandingkan dengan strategi pemasaran konvensional (offline marketing), diantaranya dalam hal measurement atau tolak ukur keberhasilan dari sebuah strategi. Digital marketing juga mempermudah pelaku bisnis memantau dan menyediakan segala kebutuhan dan keinginan calon konsumen, dan di sisi lain calon konsumen bisa mencari dan mendapatkan informasi produk hanya dengan cara menjelajah dunia maya sehingga mempermudah proses pencariannya. Strategi berbasis digital marketing perlu diterapkan pada era digitalisasi agar dapat mencapai tujuan dengan cara yang lebih cepat dan tepat. UKM yang memiliki akses online, terlibat di media sosial, dan mengembangkan kemampuan e-commercenya akan berpeluang menikmati keuntungan bisnis yang signifikan baik dari segi pendapatan, kesempatan kerja, inovasi, dan daya saing. Akan tetapi, penggunaan digital marketing tidak banyak disadari oleh pelaku UKM terutama di Kecamatan Cililin. Kebanyakan UKM di Kecamatan Cililin masih menggunakan sistem pemasaran konvensional.

Media digunakan dalam digital marketing adalah media sosial, salah satunya Instagram. Instagram memiliki fitur Akun Bisnis yang memudahkan pelaku bisnis untuk membuat profil bisnis di Instagram dan mengoptimalkan kegiatan bisnis dengan memanfaatkan media sosial tersebut. Dengan fitur ini, perusahaan dengan berbagai ukuran dapat memperkenalkan profil bisnisnya, memperoleh wawasan tentang pengikut dan kiriman, serta mempromosikan kiriman untuk mendorong tujuan bisnis.

Indonesia dengan penduduk muslim terbesar di dunia, tentunya akan menuntut dan memiliki kewaspadaan atas kehalalan produk yang akan dikonsumsi atau digunakan. Industri pasar halal mampu berkembang secara pesat karena aspek demografinya. Hal tersebut mengharuskan pelaku usaha di Indonesia untuk mampu menyesuaikan diri dan memenuhi tuntutan konsumen. Mereka diharuskan untuk mampu memenuhi kebutuhan dan tuntutan konsumen akan produk halal. Bahkan permintaan akan produk halal tidak hanya terjadi di Negara dengan mayoritas muslim seperti Indonesia. *Canadian Agri-Food Service Report* tahun 2008 mengemukakan adanya permintaan yang kuat untuk produk halal di sejumlah negara nonmuslim. Produk halal juga semakin populer di kalangan konsumen nonmuslim.

Selain itu, regulasi juga menuntut kehalalan produk yang ditawarkan pelaku usaha. Pada tahun 2014 telah disahkan UU Nomor 33 tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (UU-JPH). Dalam UU-JPH, setiap perusahaan yang menjual seluruh barang kebutuhan yang dimanfaatkan oleh masyarakat wajib memiliki sertifikat halal dan mencantumkan label halal, tidak terkecuali UMKM. Kesadaran pelaku usaha untuk mengurus sertifikasi halal produknya tidak lagi bersifat voluntary atau sukarela, tetapi sudah menjadi mandatory atau kewajiban.

Salah satu kendala pemasaran produk adalah kurangnya keahlian pelaku UMKM tentang *digital marketing/e-commerce*. Akibatnya masyarakat dituntut untuk melek teknologi, yang memerlukan sosialisasi dan pelatihan dalam penggunaan teknologi untuk informasi dan komunikasi. Seperti halnya UMKM di Dusun 4 Desa Batulayang yang jumlahnya kurang lebih 20 UMKM, para anggota UMKM tersebut belum menggunakan digital marketing untuk mengiklankan produknya sampai taraf tertentu karena kurangnya kesadaran bagaimana menggunakan media sosial untuk kegiatan pemasaran produk.

Banyaknya kalangan yang mengusulkan sertifikasi dan labelisasi barang halal berdasarkan pertimbangan masalah, sesuai dengan tujuan agama Islam, yaitu kesejahteraan manusia (Nukeriana, 2018). Proses pendampingan UMKM dalam pendaftaran sertifikasi halal merupakan langkah kritis (Puspaningtyas et al., 2020). Untuk itu pendampingan dan pengenalan pentingnya sertifikasi halal perlu dilakukan. Hal ini disebabkan karena kurangnya pemahaman akan pentingnya labelisasi terhadap makanan akan berpengaruh terhadap pemasaran produk. Dengan adanya label halal para konsumen akan lebih percaya dan tidak ragu-ragu untuk mencoba produk yang dipasarkan.

Pengusaha makanan bertanggung jawab atas makanan yang mereka distribusikan, apalagi jika makanan yang dibuatnya menimbulkan kerugian, baik dari segi kesehatan maupun kematian orang yang mengkonsumsinya. Sebelum membeli dan mengonsumsi pangan, masyarakat juga harus mendapatkan informasi yang akurat mengenai setiap produk pangan kemasan. Informasi ini berkaitan dengan asal, keamanan, kualitas, kandungan nutrisi, dan detail terkait lainnya. Oleh karena itu, persyaratan seputar pelabelan dan iklan pangan harus ditentukan agar konsumen dapat membuat penilaian berdasarkan informasi yang benar dan akurat.

Berdasarkan hasil temuan tersebut, tim mahasiswa Kelompok 210 KKN UIN Sunan Gunung Djati Bandung telah melaksanakan kegiatan edukasi masyarakat agar dapat mengembangkan kemampuan dalam memperluas cakupan konsumen melalui digital marketing dan menerapkan label halal pada produk. Manfaat kegiatan ini diharapkan dapat mengembangkan pelaku usaha UMKM di Dusun 4 Desa Batulayang dan diharapkan adanya tindak lanjut sehingga pelaksanaan sosialisasi dapat membuahkan hasil yang maksimal.

Terselenggaranya kegiatan ini dengan tujuan untuk meningkatkan wawasan dan keterampilan dalam memperluas jangkauan konsumen pada UMKM yang ada di desa tersebut seperti yang disebutkan oleh (Naimah et al., 2020; Sukoco et al., 2021). Berdasarkan penjelasan di atas, muncul gagasan untuk mengadakan sosialisasi pemberdayaan UMKM melalui digital marketing dan sertifikasi halal sebagai upaya pengabdian kepada masyarakat dalam bingkai kegiatan KKN. Hal ini merupakan salah satu perhatian dari UIN Sunan Gunung Djati Bandung melalui program pengabdian kepada masyarakat. Kegiatan mahasiswa melalui Program Kuliah Kerja Nyata memilih strategi digital marketing dan sertifikasi halal yang diselenggarakan di Dusun 4 Desa Batulayang Kecamatan Cililin Kabupaten Bandung Barat.

B. METODE PENGABDIAN

Metode pengabdian yang tim mahasiswa ambil yaitu metode *sisdamas* yang dimana tim mahasiswa dalam program kerja tim mahasiswa ini tim mahasiswa melakukan 3 tahapan yaitu:

1. Refleksi Sosial

Pada tahapan pertama ini tim mahasiswa melakukan observasi terkait rumah produksi atau UMKM yang berada di wilayah Dusun 4 Desa Batulayang mulai dari tanggal 12 sampai tanggal 20 Juli 2023. Observasi yang tim mahasiswa lakukan yaitu dengan cara

mengunjungi setiap RW yang ada di Dusun 4 kemudian tim mahasiswa mendatanya sebagai data yang nantinya akan tim mahasiswa pertimbangkan untuk program kerja yang akan tim mahasiswa jalankan.

2. Perencanaan Program

Pada tahapan kedua ini merupakan lanjutan dari tahap yang pertama dimana setelah tim mahasiswa melakukan refleksi sosial dengan cara observasi UMKM yang berada di Dusun 4 Desa Batulayang kemudian dari data yang tim mahasiswa dapatkan tim mahasiswa merancang program kerja yang akan tim mahasiswa lakukan mulai dari tanggal 21 Juli sampai dengan tanggal 25 Juli 2023. Program kerja yang tim mahasiswa buat untuk para pelaku rumah produksi atau UMKM yang ada di Dusun 4 Desa Batulayang yaitu mengadakan sosialisasi tentang strategi pemasaran pada era digital dan juga pembuatan sertifikat halal gratis bagi usaha yang belum memiliki sertifikat halal.

3. Pelaksanaan Program

Pada tahapan ketiga ini merupakan lanjutan dari tahap yang kedua dimana setelah melakukan perencanaan program kerja selanjutnya tim mahasiswa melaksanakan program kerja tim mahasiswa mulai dari tanggal 26 Juli 2023 sampai tanggal 15 Agustus 2023. Pelaksanaannya secara *door to door* dengan rincian penyampaian materi digital marketing dan sertifikasi halal oleh mahasiswa Kelompok 210 KKN UIN Sunan Gunung Djati Bandung. Pengabdian ini dilakukan di beberapa rumah produksi UMKM yang berada di Dusun 4 Desa Batulayang Kecamatan Cililin Kabupaten Bandung Barat. Dalam data penyajian ini menggunakan teks naratif. Strategi Pemasaran dan Urgensi Halal Di Era Digital terhadap peningkatan promosi dan penjualan pada masing-masing UMKM. Dari observasi dan sosialisai yang dilakukan, data yang didapatkan direduksi menjadi bentuk narasi yang akan memberikan informasi untuk memudahkan pemahaman dalam laporan yang disajikan ini. Setelah direduksi dan disajikan, dilanjutkan dengan melakukan sebuah kesimpulan dan verifikasi, hal tersebut mampu menjawab fenomena yang sedang diteliti dalam hal ini, yaitu Strategi Pemasaran dan Urgensi Halal Di Era Digital.

4. Evaluasi Program

Pada tahapan keempat ini atau tahapan terakhir dari metode pengabdian yang tim mahasiswa pilih. Tim mahasiswa melakukan evaluasi program kerja pada tanggal 15 Agustus 2023 sampai dengan tanggal 19 Agustus 2023. Pada tahapan ini tim mahasiswa melakukan evaluasi dari program kerja yang telah tim mahasiswa laksanakan, kemudian dari hasil pelaksanaan program kerja tim mahasiswa, tim mahasiswa mulai menyusun laporan hasil dari pengabdian tim mahasiswa selama KKN.

Metode pengukuran keberhasilan yang tim mahasiswa pakai yaitu, sosialisasi dikatakan mencaapai tujuan apabila lima pelaku UMKM atau lebih mendaftarkan usahanya sertifikat halal.

C. PELAKSANAAN KEGIATAN

Masalah yang dihadapi oleh para pelaku UMKM di Dusun 4 Desa Batulayang mayoritas belum mengetahui tentang strategi dan cakupan pemasaran serta pendaftaran sertifikat halal pada produk yang mereka produksi. Untuk mengetahui masalah tersebut, tim mahasiswa melakukan beberapa tahapan. (1) Mencari informasi mengenai pelaku UMKM yang ada di Dusun 4 Desa Batulayang melalui Kepala Dusun 4 dan Ibu Kepala Desa selaku Koordinator UMKM Desa Batulayang. (2) Melakukan observasi langsung ke tempat produksi pelaku UMKM. (3) Mendiskusikan program yang sesuai dengan informasi yang telah diperoleh sebelumnya

bersama Kepala Dusun 4 serta Ketua RT dan RW yang ada di Dusun 4 Desa Batulayang. (4) Melakukan Sosialisasi mengenai strategi pemasaran dan sertifikasi halal di Era Digital.

Kegiatan sosialisasi ini dilakukan secara *door to door* karena selain paparan pembahasan yang dilakukan secara tatap muka, pendampingan baik secara individu maupun kelompok untuk memberi kesempatan kepada para pelaku UMKM untuk bertanya secara langsung kepada mahasiswa KKN terkait masalah yang dialami. Berkaitan dengan hal tersebut, tim mahasiswa yang berupaya menyampaikan materi tentang manfaat dari strategi pemasaran sekaligus proses dan syarat pendaftaran sertifikasi halal yang dilakukan secara langsung. Adapun pembahasan yang disampaikan dalam sosialisasi yaitu terkait penggunaan kemasan yang menarik dan aman untuk produk, *create a brand and a positive image via social media*, strategi pemasaran produk, serta cara agar produk laris di pasaran. Para mahasiswa KKN membantu mendampingi para pelaku UMKM yang belum memiliki merk usaha, sekaligus mendaftarkan KTP sebagai salah satu syarat pendaftaran sertifikasi halal.

Kegiatan sosialisasi dilakukan di beberapa rumah produksi UMKM yang berada di Dusun 4 Desa Batulayang Kecamatan Cililin Kabupaten Bandung Barat dan dilaksanakan pada tanggal 19 Juli 2023 sampai dengan tanggal 08 Agustus 2023. Karena pelaksanaannya dilakukan secara *door to door*, tim mahasiswa melakukan sosialisasi satu hari per rumah produksi. Ada sekitar 20 UMKM yang ada di Dusun 4 Desa Batulayang.

Dalam pelaksanaannya, terdapat beberapa kendala seperti para pelaku UMKM takut untuk mendaftarkan usahanya sertifikat halal karena khawatir harus membayar pajak di kemudian hari. Tim mahasiswa mengatasi kendala tersebut dengan memberikan pemahaman bahwa program sertifikasi halal yang dibawa bebas biaya dan beraku untuk lima tahun ke depan. Adapun kendala lainnya, pelaku UMKM tidak mau memasarkan produknya secara *online* karena dirasa kurang menguntungkan jika dibandingkan dengan memasarkannya secara konvensional. Tim mahasiswa kembali memberikan pemahaman bahwa pemasaran digital sangat menguntungkan jika dilakukan secara konsisten walaupun memerlukan waktu sampai stabil.

Kegiatan sosialisasi pemberdayaan UMKM melalui digital marketing dan sertifikasi halal diharapkan dapat menambah pengetahuan serta keterampilan sekaligus membantu mengembangkan UMKM yang ada di Dusun 4 Desa Batulayang agar semakin luas cakupan pemasarannya.



Gambar 1. Sosialisasi strategi pemasaran dan sertifikasi halal



Gambar 2. Observasi ke tempat usaha pelaku UMKM

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sosialisasi ini dilakukan oleh tim mahasiswa kepada para pelaku UMKM dengan tujuan untuk menumbuhkan kesadaran akan pentingnya strategi pemasaran dan sertifikat halal

untuk meningkatkan penjualan di era digital. Pentingnya strategi pemasaran yakni untuk dapat meningkatkan penjualan dan memperluas jangkauan dari produk yang dihasilkan. Pentingnya sertifikat halal guna memperkuat kepercayaan konsumen, meningkatkan citra produk di pasaran, memperluas target pasar, serta mendukung program kementerian agama yang dimana seluruh produk makanan dan minuman harus sudah bersertifikat halal pada tahun 2024.

Tujuan tim mahasiswa melakukan sosialisasi tercapai, karena para pelaku UMKM sekarang mengetahui kenapa strategi pemasaran dan sertifikat halal perlu untuk dilakukan.

Kegiatan sosialisasi mengenai strategi pemasaran dan urgensi sertifikasi halal di era digital ini berhasil karena lima dari para pelaku UMKM yang tim mahasiswa datang, mau untuk mulai memasarkan produknya secara online dan mau untuk mendaftarkan produknya sertifikat halal.

Tabel 1. Daftar pelaku UMKM yang mendaftarkan sertifikat halal.

No	Produk yang didaftarkan	Pelaku UMKM
1	Keripik singkong	Pak Yana
2	Jamur krispi	Bu Imas
3	Keripik pisang	Pak Yana
4	Comring	Pak Asep
5	Obat Herbal	Pak Heri
6	Comring	Pak Yana

Rekomendasi yang dapat disampaikan oleh tim mahasiswa untuk para pelaku UMKM adalah untuk lebih terbuka lagi terhadap perkembangan teknologi serta berkemauan untuk mempelajarinya, lebih aktif lagi dalam mengikuti pelatihan, seminar yang diselenggarakan oleh pihak desa, swasta, maupun institusi, dan terus mengembangkan strategi pemasaran dan menggunakan teknologi sebagai sumber informasi.

E. PENUTUP

Dari kegiatan pengabdian ini dapat disimpulkan bahwa kegiatan sosialisasi strategi pemasaran dan urgensi halal di era digital ini merupakan hal yang penting untuk kemajuan UMKM di Dusun 4 Desa Batulayang. Dengan adanya strategi pemasaran dan sertifikat halal ini tentunya bertujuan untuk meningkatkan penjualan UMKM terkait agar lebih dikenal oleh masyarakat sekitar dan mampu bersaing di era digital.

Dengan dilaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat ini terdapat beberapa saran yaitu untuk para pelaku UMKM: (1) Kepada para pelaku UMKM khususnya untuk lebih aktif lagi dalam mengikuti pelatihan, seminar yang diselenggarakan oleh pihak desa, swasta, maupun institusi, dan (2) Kepada pelaku UMKM untuk terus mengembangkan strategi pemasaran dan menggunakan teknologi sebagai sumber informasi.

Selanjutnya, saran untuk LP2M selaku penyelenggara kegiatan KKN: (1) Sosialisasi perihal KKN bisa lebih maksimal, karena dirasa untuk KKN tahun ini sosialisasi tidak merata. (2) Kesiapan Baik Web Dan faktor pendukung lainnya untuk lebih di persiapkan. (3) Untuk Kedepannya diharapkan tidak adalagi masalah baik secara teknis maupun non teknis yang bisa diantisipasi dari awal. (4) Kesiapan Serta koordinasi LP2M dengan pihak Desa Yang akan jadikan tempat pengabdian

F. UCAPAN TERIMA KASIH

Tim Kuliah Kerja Nyata Sisdamas Kelompok 210 mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LP2M) UIN Sunan Gunung Djati Bandung yang telah mengadakan kegiatan Kuliah Kerja Nyata, sehingga terlaksana dengan baik. Selain itu, tim Kuliah Kerja Nyata Sisdamas Kelompok 210 mengucapkan terima kasih kepada para pelaku UMKM yang berada di Dusun 4 Desa Batulayang yang telah memberikan kesempatan untuk melaksanakan program kerja kegiatan Kuliah Kerja Nyata ini.

G. DAFTAR PUSTAKA

- Hadi, D. F., & Zakiah, K. (2021). Strategi Digital Marketing Bagi Umkm (Usaha Mikro Kecil Dan Menengah) Untuk Bersaing Di Era Pandemi. *Competitive*, 16 (1), 32–41. <http://ejurnal.poltekpos.ac.id/index.php/competitive%7C32>
- Nukeriana, D. (2018). Implementasi Sertifikasi Halal Pada Produk Pangan Di Kota Bengkulu. *Jurnal Qiyas*, 3(1), 155–162. <https://ejournal.iainbengkulu.ac.id/index.php/QIYAS/article/view/1310/1102>
- Puspaningtyas, M., Sulastri, S., & Putri, D. M. (2020). Sertifikat Halal Bagi Produk Makanan dan Minuman untuk Meningkatkan Citra UMKM di Kabupaten Blitar. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 9(2), 101. <https://doi.org/10.30999/jpkm.v9i2.647>
- Robby Aditya, & R Yuniardi Rusdianto. (2023). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM. *Jurnal Pelayanan Dan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2(2), 96–102. <https://doi.org/10.55606/jppmi.v2i2.386>
- Sukarni, S. (2023). *Digital Marketing dan Sertifikasi Halal Sebagai Upaya Pemberdayaan*. 7(3), 473–481.
- Zahrani, H., Ghiafani, I. A., & Putri, V. S. (2021). *Optimalisasi Branding UMKM Terhadap Peningkatan Potensi Promosi dan Penjualan Opak Linggar*. Oktober, 1–6.