



Kontribusi Mahasiswa Mengenai Sertifikasi Logo Halal MUI Untuk UMKM Di Desa Pusakajaya

**Gilang Dwiansyah¹, Muchamad Fikri Dzulfikar², Natasya Rezalleansyah³, Rida Umi
Rahayu⁴**

¹Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati. e-mail: gdwiansyah09@gmail.com

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

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

⁴Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati. e-mail: rd.rahayu22@gmail.com

Abstrak

Laporan ini menggambarkan hasil dari program Kuliah Kerja Nyata (KKN) yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas dan pemasaran produk UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) di Desa Pusakajaya melalui proses sertifikasi Logo Halal MUI (Majelis Ulama Indonesia). Kegiatan ini dilaksanakan sebagai upaya untuk membantu UMKM setempat memenuhi persyaratan sertifikasi halal, yang semakin penting dalam pasar produk makanan dan minuman saat ini. Selama periode KKN, kami bekerja sama dengan pemilik UMKM di Desa Pusakajaya. Kami memberikan pelatihan tentang persyaratan sertifikasi Logo Halal MUI, praktik-produksi yang baik, serta pentingnya label halal dalam pemasaran produk. Kami juga memberikan panduan praktis tentang bagaimana mengidentifikasi bahan-bahan yang halal dan proses pengajuan sertifikasi. Hasilnya adalah sejumlah UMKM di Desa Pusakajaya yang berhasil mendapatkan sertifikasi Logo Halal MUI. Hal ini meningkatkan citra dan kepercayaan masyarakat terhadap produk-produk UMKM setempat. Kami juga membantu mereka dalam merancang strategi pemasaran yang memanfaatkan label halal sebagai keunggulan kompetitif. Dampak utama dari program KKN ini adalah peningkatan daya saing UMKM di Desa Pusakajaya, peningkatan pendapatan pemilik UMKM, serta peningkatan kesadaran masyarakat akan pentingnya produk halal. Upaya ini sekaligus berkontribusi pada pengembangan ekonomi dan pemberdayaan masyarakat lokal. Kami berharap laporan ini dapat menjadi inspirasi bagi

mahasiswa dan pihak-pihak yang berkepentingan untuk melibatkan diri dalam upaya serupa untuk mendukung pertumbuhan UMKM dan sertifikasi produk halal di komunitas mereka.

Kata Kunci : *Sertifikasi Logo Halal MUI, UMKM, Masyarakat*

Abstract

This report describes the results of the Real Work Lecture (KKN) program which aims to improve the quality and marketing of MSME (Micro, Small and Medium Enterprises) products in Pusakajaya Village through the MUI (Indonesian Ulema Council) Halal Logo certification process. This activity was carried out as an effort to help local MSMEs fulfill halal certification requirements, which are increasingly important in today's food and beverage product market. During the KKN period, we worked with MSME owners in Pusakajaya Village. We provide training on MUI Halal Logo certification requirements, good production practices, and the importance of halal labels in product marketing. We also provide practical guidance on how to identify halal ingredients and the process of applying for certification. The result is that a number of MSMEs in Pusakajaya Village have succeeded in obtaining the MUI Halal Logo certification. This improves the image and public trust in local MSME products. We also assist them in designing marketing strategies that utilize the halal label as a competitive advantage. The main impact of this KKN program is increasing the competitiveness of MSMEs in Pusakajaya Village, increasing the income of MSME owners, and increasing public awareness of the importance of halal products. This effort simultaneously contributes to economic development and empowerment of local communities. We hope that this report can be an inspiration for students and interested parties to get involved in similar efforts to support the growth of MSMEs and halal product certification in their communities.

Keywords : *MUI halal certification logo, UMKM, Community*

A. PENDAHULUAN

Sertifikat halal pada sebuah produk menjadi suatu keharusan. Karena masyarakat akan semakin selektif dan enggan mengonsumsi produk yang tidak memiliki sertifikat halal akan ditinggalkan. Banyak produk Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang mencantumkan label halal tetapi tidak mendapatkan sertifikat halal. Padahal prosedur yang berlaku dalam pemberian izin label halal ini adalah berdasarkan sertifikat halal yang dikeluarkan oleh MUI. Pengetahuan masyarakat akan makanan, obat atau produk yang lainnya yang berkaitan dengan halal cukup tinggi namun kesadaran untuk memverifikasi barang yang

terjamin kehalalannya masih rendah. Bahkan ada banyak produk UMKM yang mencantumkan label halal tanpa sertifikat halal. Kepastian kebenaran label halal diperoleh melalui sertifikasi halal yang dikeluarkan lembaga yang berwenang yaitu LPPOM MUI. Adapun tujuan mencantumkan label halal dengan sertifikat halal adalah untuk meningkatkan pangsa pasar dan jumlah penjualan. Seterusnya, memenuhi tuntutan dan memberi kepuasan kepada konsumen. Meningkatkan kualitas produk, memenuhi minat dan kenyamanan kepada konsumen terutama konsumen muslim.

Sertifikasi merupakan suatu kegiatan pengujian secara sistematis untuk mengetahui apakah suatu produk yang diproduksi suatu perusahaan telah memenuhi ketentuan halal atau tidak. Hasil dari kegiatan sertifikasi ini adalah terbitnya sertifikat halal yang menandakan bahwa produk tersebut telah memenuhi kaidah kehalalan. Output dari terbitnya sertifikat halal adalah dicantulkannya label halal di produk yang di produksi dalam bentuk kemasan.

Pemberian sertifikat halal melalui label dan iklan pangan pada produk pangan UMKM merupakan sumber informasi bagi konsumen tentang suatu produk pangan karena konsumen tidak dapat langsung bertemu dengan pelaku usahanya. Namun dapat juga digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi konsumen untuk menentukan pilihan dan melakukan perbandingan pangan dengan produk pangan lain dari segi komposisi, berat bersih, harga dan lain-lain sebelum membeli dan menjatuhkan pilihan.

B. METODE PENGABDIAN

Metode pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan ini dilihat dari langkah-langkah pengabdian berbasis pemberdayaan masyarakat (Sisdamas) yang diusung oleh Tim Pusat Pengabdian LP2M UIN Sunan Gunung Djati Bandung, yaitu siklus I hingga IV. Para peserta KKN memulainya dengan melakukan observasi langsung ke Desa Pusakajaya Kecamatan Pusakajaya untuk koordinasi dengan pihak desa terkait perizinan, permasalahan dan potensi yang belum diberdayakan, untuk memaksimalkan potensi masyarakat dan lingkungan demi terwujudnya program-program yang berkelanjutan. Permasalahan dan potensi juga digali melalui wawancara dengan kepala desa serta masyarakat desa. Sebagai salah satu bentuk nyata pendekatan dengan penduduk adalah sosialisasi dengan penduduk setempat. Tahap selanjutnya mengumpulkan data lewat observasi partisipatif saat pelaksanaan KKN Sisdamas berlangsung. Susan Stainback (1988:227) menyatakan dalam observasi partisipatif, peneliti mengamati apa yang dikerjakan orang, mendengarkan apa yang mereka ucapkan, dan partisipasi dalam

aktivitas mereka. Para peserta KKN dengan aktif mempersiapkan program dan mensosialisasikannya kepada masyarakat di Desa.

Kegiatan ini juga menggunakan metode deskriptif, dengan menggunakan pendekatan ceramah, diskusi, dilanjutkan dengan tanya jawab dan motivasi dengan penuh pembawaan terhadap masyarakat Desa. Dengan digunakannya metode deskriptif khususnya pada peserta didik anak-anak diharapkan proses pembelajaran akan maksimal. Selanjutnya pelaksanaan program sesuai jadwal kegiatan yang telah direncanakan selama 40 hari. Setiap program yang sudah selesai dilaksanakan akan dievaluasi, hal tersebut dilakukan agar setiap anggota kelompok mengetahui kekurangan dan kelebihan dalam menjalankan program tersebut, dan diharapkan dengan adanya evaluasi akan menambah keberhasilan program kerja KKN kedepannya serta meminimalisir kekurangan yang terjadi.

C. PELAKSANAAN KEGIATAN

Kegiatan KKN Reguler Berbasis Pemberdayaan Masyarakat (Sisdamas) kelompok 341 dimulai pada tanggal 11 Juli 2022 s.d. 19 Agustus 2022 di Dusun Mekarjaya Desa Pusakajaya Kecamatan Pusakajaya Kabupaten Subang. Kegiatan ini dimulai dengan sosialisasi awal bersama para tokoh masyarakat untuk mengetahui bagaimana seluk beluk Dusun Mekarjaya, kemudian dilanjutkan dengan rembug warga dan refleksi sosial guna mencari tahu letak permasalahan dan juga potensi apa saja yang ada di Dusun Mekarjaya serta karakteristik masyarakat yang sangat kompleks dan beragam. Tahap selanjutnya, kami melakukan pemetaan sosial dan pengorganisasian masyarakat sehingga apa yang nantinya kami rencanakan dan laksanakan dapat sesuai dengan keadaan juga kondisi masyarakat, agar program yang kami lakukan dapat memberikan manfaat yang berkelanjutan bagi seluruh masyarakat yang ada di Dusun Mekarjaya. Kemudian, tahap yang ketiga adalah perencanaan partisipatif dan sinergi program yang dilakukan sebagai tahap lanjutan untuk mensinergikan antara program pemberdayaan yang sudah direncanakan dan masyarakat sebagai penggerak jalannya program tersebut dengan didorong berbagai motivasi untuk dapat mengembangkan potensi dan sumber daya alam yang ada secara maksimal. Tahap yang terakhir yaitu pelaksanaan program dan monitoring evaluasi yang dilakukan sebagai epilog dari seluruh tahapan dalam kegiatan KKN ini guna untuk mencapai program yang berkelanjutan meskipun KKN di Dusun Mekarjaya telah berakhir. Dan dengan adanya tahap akhir ini, semoga apa yang telah disinergikan secara bersama-sama antara kelompok KKN 341 dengan masyarakat dusun Mekarjaya dapat menjadi

ilmu yang bermanfaat serta pengalaman yang berkesan dan tidak terlupakan untuk bekal kami di masa yang akan datang.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Program KKN sidasmas Mandiri yang berlangsung selama 40 hari dan melakukan beberapa kali observasi yang dilakukan untuk melihat tingkat UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) di Desa Pusakajaya melalui proses sertifikasi Logo Halal MUI (Majelis Ulama Indonesia). Kegiatan ini dilaksanakan sebagai upaya untuk membantu UMKM setempat memenuhi persyaratan sertifikasi halal, yang semakin penting dalam pasar produk makanan dan minuman saat . kami menyimpulkan ada beberapa permasalahan yaitu

1. Peningkatan Daya Saing UMKM

Untuk mempromosikan produk maka dibuatlah rencana pemasaran yang dimulai dengan strategi segmentasi pasar, identifikasi target pasar, dan penempatan produk pada pasar tersebut. Selain itu, dengan menciptakan pemasaran yang berfokus pada tiga faktor yaitu produk, harga, dan tempat. Rencana pemasaran dijelaskan dalam paragraf berikut.

a. Strategi Segmentasi Pasar

Segmentasi pasar merupakan tindakan pertama yang dilakukan. Segmentasi pasar berkonsentrasi pada pelanggan dari suatu kelompok, perusahaan, atau komunitas. standar yang diperlukan untuk segmentasi pasar. Faktor-faktor berikut diperlukan untuk segmentasi pasar:

- 1) segmentasi regional: tidak ada spesialisasi di tingkat regional.
- 2) Segmentasi demografis: pasar disegmentasi oleh pelanggan yang berusia muda (10 hingga 30 tahun), karena generasi muda cenderung membeli lebih banyak pada usia tersebut.
- 3) Segmentasi psikologis : Pembeli yang tertarik dengan produk adalah konsumen sasaran.
- 4) Tidak ada segmentasi perilaku, namun profil risiko pembelian konsumen akan ditentukan secara tepat.

b. Strategi Penentuan Target Pasar

Untuk mendongkrak pendapatan perusahaan, target pasar juga harus dimodifikasi untuk memastikan penjualan tepat. Dalam hal ini, tujuan telah ditetapkan oleh target

pasar. Menyediakan makanan sehat bagi mereka yang menginginkannya, terutama melalui penempatan makanan dan kombo di sekolah.

c. Strategi Posisi Pasar (Positioning)

Ini adalah tindakan terbaik bagi masyarakat yang ingin membeli barang makanan untuk dirinya sendiri atau untuk usaha yang melayani industri makanan. Padahal makanan tersebut merupakan produk pemberian penduduk setempat.



Gambar1: sosialisasi sama warga tentang UMKM dan logo halal

Gambar 1 mengambarkan bagaimana Mahasiswa/i KKN mengadakan sosialisasi dan rapat dengan warga setempat bagaimana pentingnya memanfaatkan bahan yang ada di untuk dijadikan UMKM dan bersosialisasi bagaimana pentingnya logo halal untuk suatu produk makanan

d. Peningkatan Pendapatan Pemilik UMKM

Peningkatan dalam melakukan UMKM dalam berjualan sangat lah penting sekali bagi semua kalangan UMKM maka dari itu Ada beberapa cara yang dapat membantu meningkatkan pendapatan UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah). Berikut beberapa strategi yang bisa Anda pertimbangkan:

- 1) Diversifikasi Produk atau Layanan: Untuk memperluas basis konsumen Anda, pertimbangkan untuk memperkenalkan barang atau layanan baru yang relevan ke perusahaan Anda.

- 2) Pemasaran digital: Gunakan situs web, media sosial, dan saluran online lainnya untuk meningkatkan visibilitas online Anda dan terhubung dengan lebih banyak orang.
- 3) Pelanggan Loyal: Jalin hubungan saling percaya dengan klien Anda. Peningkatan retensi dapat dihasilkan dari program loyalitas atau insentif untuk klien setia.
- 4) Kolaborasi dan hubungan: Pertimbangkan untuk berkolaborasi atau menjalin hubungan dengan perusahaan lain yang akan menguntungkan kedua belah pihak.
- 5) Peningkatan Kualitas: Jangan berhemat pada standar penawaran Anda. Barang yang lebih baik dapat membantu retensi klien dan menghasilkan rekomendasi yang menguntungkan.
- 6) Analisis data: Gunakan data untuk memahami tren pasar dan perilaku konsumen. Anda dapat menggunakan ini untuk memutuskan stok, harga, dan promosi dengan lebih efektif.

Dengan cara –cara diatas kemungkinan akan menambah peningkatan pendapat pemilik UMKM itu sendiri dikarenakan dengan menerapkan beberapa cara meningkatkan umkm itu bisa memperluas dan juga memperbanyak produk penjualan itu sendiri.



Gambar 2: pembuatan jualan UMKM



Gambar 3: membantu jualan UMKM

Di gambar 2 dan 3 mahasiswa/i KKN melakukan membuat makanan dengan penjualnya langsung dan juga bagaimana cara pembuatannya dan juga mahasiswa/i KKN juga membantu untuk berjualan bagaimana tempat biasanya berjualan dan juga bagaimana penghasilan dalam 1 hari dengan mangkal dan juga berkeliling menjajakan makanan

2. Pentingnya logo halal bagi setiap makan yang dijual.

Fatwa resmi MUI yang menyatakan suatu produk halal menurut hukum Islam dikenal dengan “ sertifikat halal ” melindungi pelanggan Muslim dari barang-barang non-halal , sertifikasi halal diberikan untuk makanan , obat - obat , dan kosmetik. konsumen mempunyai hak-hak berdasarkan hukum Islam yang harus ditegakkan oleh pemerintah .harus ditegakkan oleh .

Hak hak konsumen diatur dalam Pasal 4 Undang - Undang Nomor 8 Tahun 1999 . konsumen diatur dalam Pasal 4 Undang - Undang Nomor 8 Tahun 1999 . hak konsumen atas kenyamanan , keamanan , dan keselamatan dalam mengkonsumsi produk dan/atau jasa yang tercantum dalam Pasal 4 huruf A. pelanggan memilikiberagama Islam hak untuk atas barang yang memberikan rasa aman , item, dan tenteram sesuai dengan Pasal 4 huruf a . yang memberikan rasa aman , nyaman , dan tenteram sesuai dengan Pasal 4 huruf a .Pelaku wajib mengajukan permohonan sertifikat halal melalui LPOM MUI untuk mendapatkan sertifikat halal dan kemudian menambahkan logo halal pada barang pada saat menjual suatu produk untuk menciptakan rasa aman, nyaman, atau tenang.

Tujuan pencantuman logo halal pada produk makanan dan minuman adalah untuk melindungi konsumen hak-hak konsumen muslimin terhadap produk yang tidak halal. Memberikan kepastian hukum kepada konsumen muslim bahwa produk makanan dan minuman tersebut benar-benar halal sesuai yang disyariatkan oleh Hukum Islam. Konsumen muslim tidak akan ragu-ragu membeli produk makanan dan minuman, karena pada kemasan produk makanan dan minuman tercantum logo halal dan mencegah konsumen muslim terhadap produk yang tidak halal.

Usaha untuk menunjuk menetapkan barang makanan dan minuman tidak halal apabila tidak halal sesuai dengan Undang - Undang tentang Jaminan item makanan dan minuman. dikatakan tidak halal apabila tidak halal sesuai dengan Undang - Undang tentang Jaminan Halal

E. PENUTUP

Peserta KKN SISDAMAS ikut berkontribusi dalam sejumlah UMKM di Desa Pusakajaya yang berhasil mendapatkan sertifikasi Logo Halal MUI. Hal ini meningkatkan citra dan kepercayaan masyarakat terhadap produk-produk UMKM setempat. Kami juga membantu mereka dalam merancang strategi pemasaran yang memanfaatkan label halal sebagai keunggulan kompetitif.

F. UCAPAN DAN TERIMAKASIH

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada kepala desa pusakajaya, kepala dusun mekarjaya, dosen pembimbing lapangan, pak Rt 01-09, pak Rw 1 dan 2 dan warga desa pusakajaya, pusakajaya, Kabupaten Subang yang telah memberikan ijin untuk melaksanakan kegiatan pengabdian ini. Terima kasih kepada segenap anggota KKN SISDAMAS MODERASI BERAGAMA desa pusakajaya dari Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung. Serta terimakasih kepada perwakilan DLH subang yang telah menjadi pemateri pada kegiatan pengabdian ini.

G. DAFTAR PUSAKA

- Setiadi, Nugroho J. 2003. Perilaku Konsumen:Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran. Jakarta: Kencana
- Chandra, Gregorius. 2002. Strategi dan Program Pemasaran. Yogyakarta: Penerbit Andi Ofset
- Malhotra, A., Kubowicz Malhotra, C. and See,A. (2013), “How to create brand engagement on facebook”, MIT Sloan Management review, Vol. 54 No. 2, pp. 18-20.
- Purwana, D., Rahmi, & Aditya, S. (2017).Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari,Duren Sawit. Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPPM) 1(1): 1 – 17

Sugiarti, Y., Sari, Y., & Hadiyat, M. A. (2020). Peranan E-Commerce untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Sambal Kumawula :di Jawa Timur. *Jurnal Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 298–309.

Pasal 8 Surat Keputusan Menteri Pertanian Nomor 745/KPTS/TN.240/12/1992 tentang Persyaratan dan Pengawasan Pemasukan Daging dari Luar Negeri.

Ahmadi Miru & Sutarman Yodo, *Hukum Perlindungan Konsumen*, (Jakarta:Rajagrafindo Persada, 2015), hal. 80-81