

PELATIHAN PENERAPAN INOVASI DIGITAL DAN SERTIFIKASI HALAL PADA PELAKU UMKM KOTA CIREBON

Anna Suzana¹, Lisa Harry Sulistiowati², Siska Ernawati Fatimah^{3*}

^{1,2,3}

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Swadaya Gunung Jati

E-mail: ³⁾ Siskafatimah12@gmail.com

Abstract

The community service aims to provide comprehensive training and mentoring in obtaining halal certification and mastering information technology to MSMEs located in the city of Cirebon. The activity was attended by 30 MSMEs and lasted for one day at the Faculty of Economics and Business, Universitas Swadaya Gunung Jati. Through this activity, the importance of understanding the procedures for halal certification registration and optimizing the use of innovative technology for MSMEs is emphasized. The results of this community service activity include increasing awareness among MSMEs about the importance of implementing halal certification in their business operations. They are also encouraged to actively register their business units in the halal certification process with LPPOM MUI, thus enhancing the credibility and competitiveness of their products in the market. In addition, through information technology training, MSMEs are able to utilize technological innovations on various social media platforms to expand their market reach. Therefore, this community service is not only aimed at improving the overall quality of MSME products, but also empowering them through understanding and mastery of halal certification procedures and the use of relevant information technology in the context of modern business.

Keywords: Digital Innovation, Halal Certification, MSMEs

Abstrak

Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pelatihan yang komprehensif serta pendampingan dalam memperoleh sertifikasi halal dan penguasaan teknologi informasi kepada para pelaku UMKM yang berlokasi di Kota Cirebon. Kegiatan ini diikuti oleh 30 UMKM yang berlangsung selama satu hari di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Swadaya Gunung Jati. Melalui kegiatan ini, ditekankan pentingnya pemahaman mengenai prosedur pendaftaran sertifikasi halal dan optimalisasi penggunaan teknologi inovatif bagi pelaku UMKM. Hasil dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini mencakup peningkatan kesadaran para pelaku UMKM akan pentingnya menerapkan sertifikasi halal dalam operasional bisnis mereka. Mereka juga didorong untuk secara aktif mendaftarkan unit usaha mereka dalam proses sertifikasi halal ke LPPOM MUI, sehingga meningkatkan kredibilitas dan daya saing produk mereka di pasaran. Selain itu, melalui pelatihan teknologi informasi, para pelaku UMKM mampu memanfaatkan inovasi teknologi dalam berbagai platform media sosial untuk memperluas jangkauan pasar mereka. Dengan demikian, pengabdian masyarakat ini bukan hanya bertujuan untuk meningkatkan kualitas produk UMKM secara keseluruhan, tetapi juga untuk memberdayakan mereka melalui pemahaman dan penguasaan akan prosedur sertifikasi halal serta pemanfaatan teknologi informasi yang relevan dalam konteks bisnis modern.

Kata kunci: Inovasi Digital, Sertifikasi halal, UMKM

³Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Swadaya Gunung Jati

Siska Ernawati Fatimah

*E-mail: siskafatimah12@gmail.com

PENDAHULUAN

Pendukung perekonomian di Indonesia salah satunya adalah perkembangan UMKM namun UMKM sering mengalami hambatan yang berdampak pada daya saing produk. Hambatan yang sering dihadapi oleh UMKM selain permodalan, pengetahuan pelaku usaha, kurangnya akses pemasaran produk secara online maupun offline, rendahnya pemahaman pelaku usaha terhadap sertifikasi halal (Wahyuni et al., 2023). Kesadaran UMKM yang kurang untuk pengurusan sertifikasi halal salah satunya disebabkan oleh kurangnya sosialisasi dan pemahaman mengenai mekanisme pengajuan sertifikasi halal (Qotrun Nadya et al., n.d.). Selain itu hambatan yang lainnya dalam meningkatkan daya saing UMKM diperlukan langkah strategis sesuai dengan kemampuan dan sumber daya yang dimiliki UMKM yaitu upaya untuk mendorong digitalisasi UMKM (Telukdarie et al., 2022). Hal tersebut perlu dilakukan sejalan dengan pengembangan UMKM digital yang saat ini menjadi sebuah keharusan di tengah pesatnya perkembangan teknologi digital (Abdurrahman et al., 2020). Salah satu perkembangan teknologi yang bisa dimanfaatkan UMKM adalah digital marketing. Memanfaatkan digital marketing untuk saat ini dapat menggunakan berbagai platform media sosial yang di gunakan UMKM sebagai startegi pemasaran (Meng & Wang, 2023). Media digital yang biasa digunakan diantaranya website, social media, email marketing, video marketing, iklan, dan lain-lain. Tujuan utama menggunakan media sosial tersebut adalah agar pelaku UMKM dapat terhubung dengan calon konsumen yang lebih luas dan membranding produk yang hendak dijual (Zahoor et al., 2023) . Selain itu dengan digital marketing pelaku UMKM dapat menciptakan inovasi teknologi baik dalam hal proses, maupun pemasarannya (Kraus et al., 2023).

Salah satu langkah strategis yang dapat ditempuh adalah melalui program sertifikasi halal dan teknologi informasi (Bendig et al., 2023). Program sertifikasi halal perlu dilakukan percepatan untuk menunjang kualitas produk halal, karena adanya sertifikasi halal membuat masyarakat percaya terhadap kehalalan serta kehygienisan dalam pengelolaan produk yang dijual oleh pelaku UMKM (Susanto et al., 2020). Proses dan prosedur sertifikasi halal tercantum dalam Undang-Undang RI Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (Fiz Akbar & Mulyani, 2023). Selain itu, sertifikasi halal merupakan tanggung jawab bisnis terhadap lingkungan (Qotrun Nadya et al., n.d.).

Teknologi inovasi juga sangat perlu dilakukan oleh para pelaku UMKM saat ini, dikarenakan dengan perkembangan teknologi yang pesat, pelaku UMKM memerlukan

adaptasi dalam pasar yang berkembang secara digital (Raharja & Natari, 2021). Para pelaku dituntut untuk melek digital agar mampu menjaga keberlangsungan hidup UMKM (Sundari et al., 2022).

Oleh karena itu, kegiatan pendampingan dan sosialisasi ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan dan pelatihan tentang pentingnya sertifikasi halal dan teknologi inovasi sebagai upaya peningkatan kinerja UMKM Kota Cirebon. Setelah mengikuti kegiatan ini, para pelaku UMKM diharapkan untuk dapat segera mendaftarkan sertifikasi halal dan mampu menggunakan teknologi inovasi pada produk yang dijual sehingga dapat meningkatkan kepercayaan, kepuasan dan penjualan produk serta pangsa pasar yang dilayani.



Gambar 1. Kegiatan Pelatihan dan Pendampingan

METODE PENELITIAN

Metode kegiatan pengabdian ini dimulai dengan pembukaan pelatihan dan pendampingan dan melakukan pemaparan materi yang akan disampaikan kepada pelaku usaha dan melakukan diskusi. Kegiatan pengabdian masyarakat melibatkan pelaku UMKM Kota Cirebon yang berjumlah 30 orang yang dilakukan pada hari Kamis tanggal 30 November 2023 bertempat di ruang kelas Fakultas Ekonomi dan Bisnis UGJ. Kegiatan pengabdian ini mulai dari jam 08.00 sd 16.00 dengan dibantu oleh 5 orang mahasiswa untuk membantu pelaku usaha melakukan pelatihan teknologi inovasi dalam hal ini digital marketing. Dalam pelatihan dan pendampingan ini pelaku usaha diberikan pemaparan materi dan melakukan diskusi tentang permasalahan yang dihadapi dan diteruskan untuk mendapatkan solusi dari permasalahan yang ada.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pelatihan dan pendampingan diawali dengan kegiatan sosialisasi dimana pelaku UMKM Kota Cirebon memberikan informasi dan penjelasan mengenai sertifikasi halal yang akan dilakukan oleh perwakilan anggota workshop, menginformasikan manfaat dan pentingnya sertifikasi halal ini khususnya untuk memberikan kepercayaan kepada konsumen UMKM. Kegiatan ini dilakukan berlangsung selama kurang lebih 3 jam dari jam

09.00 sd 12.00 dengan memberikan pemaparan materi dan diskusi permasalahan yang dihadapi pelaku UMKM dalam proses sertifikasi halal.



Gambar 2. Pelatihan dan Pendampingan Sertifikasi Halal

Pada tahap pelatihan dan pendampingan teknologi inovasi, tim pengabdian memfokuskan pada digital marketing khususnya kegiatan promosi pada media sosial. Pemaparan materi dilakukan oleh perwakilan anggota workshop kemudian dilanjutkan pada tahap diskusi menemukan kesepakatan bahwa media sosial yang akan digunakan sebagai media promosi pelaku UMKM. Selama 3 jam waktu pelaksanaan baik pemaparan dan diskusi mitra banyak menyampaikan permasalahan yang dihadapi dalam penggunaan teknologi karena keterbatasan kemampuan dan pengetahuan pelaku UMKM teknologi inovasi.



Gambar 3. Pelaksanaan Pendampingan Teknologi Inovasi

Kegiatan pelatihan dan pendampingan para pelaku UMKM sangat antusias mengikuti kegiatan ini. Para pelaku memahami dan melakukan proses pendaftaran sertifikasi halal. Selain itu para pelaku UMKM sangat antusias melakukan promosi melalui media sosial. Dengan melakukan promosi melalui media sosial, pelaku UMKM berharap dapat mengalami peningkatan penjualan dan produk dapat dikenal oleh masyarakat diluar kota Cirebon.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian ini berjalan lancar sampai dengan selesai dimana mitra sangat antusias dalam mengikuti kegiatan pengabdian ini dengan melakukan diskusi bersama dan mendapatkan solusi dari permasalahan yang selama ini dihadapi. Kegiatan pengabdian ini

telah menghasilkan beberapa akun media sosial di instagram dan facebook dan cara penggunaan media sosial agar dapat menambah pangsa pasar.

Kegiatan pendampingan ini berdasarkan hasil diskusi bahwa pelaku umkm perlu berperan aktif dalam penggunaan media sosial serta bergabung dalam komunitas umkm yang diselenggarakan oleh dinas koperasi dan umkm Kota Cirebon.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, G., Oktavianto, H., Habibie, E. Y., & Wahyu, A. (2020). Pelatihan Digital Marketing Pada UMKM Sebagai Penunjang Kegiatan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Management*, 1(2), 88–92.
- Bendig, D., Schulz, C., Theis, L., & Raff, S. (2023). Digital orientation and environmental performance in times of technological change. *Technological Forecasting and Social Change*, 188(January), 122272. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2022.122272>
- Fiz Akbar, A., & Mulyani, T. (2023). Penerbitan Sertifikasi Halal Terhadap Produk Makanan Ringan. Endah Pujiastuti Semarang Law Review (SLR), 4(1). <https://disperin.ntbprov.go.id/?p=8718>
- Kraus, S., Vonmetz, K., Bullini Orlandi, L., Zardini, A., & Rossignoli, C. (2023). Digital entrepreneurship: The role of entrepreneurial orientation and digitalization for disruptive innovation. *Technological Forecasting and Social Change*, 193. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2023.122638>
- Meng, F., & Wang, W. (2023). The impact of digitalization on enterprise value creation: An empirical analysis of Chinese manufacturing enterprises. *Journal of Innovation and Knowledge*, 8(3), 100385. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2023.100385>
- Qotrun Nadya, A., Ridho Hafidz, A., Latifa, A., & Fikri, S. (n.d.). Pendampingan Sertifikasi Halal UMKM Desa Pondokagung Kecamatan Kasembon Kabupaten Malang (Vol. 1, Issue 1). <https://sunanbonang.org/index.php/jp2m>
- Raharja, S. J., & Natari, S. U. (2021). Pengembangan Usaha Umkm Di Masa Pandemi Melalui Optimalisasi Penggunaan Dan Pengelolaan Media Digital. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 108. <https://doi.org/10.24198/kumawula.v4i1.32361>
- Sundari, S., Lestari, H. D., Program,), Manajemen, S., Ekonomika, F., Bisnis, D., Purwokerto, W., Raya, J., Karangsalam, B., 25, N., Banyumas, K., Tengah, J., & Raya, P. J. (2022). PEMASARAN DIGITAL DALAM KEWIRAUSAHAAN. In

- WIKUACITYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (Vol. 1, Issue 1).
<https://wikuacitya.unwiku.ac.id/JurnalWikuacitya:JurnalPengabdianMasyarakat//94>
- Susanto, B., Hadiano, A., Chariri, F. N., Rochman, M., Syaukani, M. M., & Daniswara, A. A. (2020). Penggunaan Digital Marketing untuk Memperluas Pasar dan Meningkatkan Daya Saing UMKM. *Community Empowerment*, 6(1), 42–47.
<https://doi.org/10.31603/ce.4244>
- Telukdarie, A., Dube, T., Matjuta, P., & Philbin, S. (2022). The opportunities and challenges of digitalization for SME's. *Procedia Computer Science*, 217(2022), 689–698.
<https://doi.org/10.1016/j.procs.2022.12.265>
- Wahyuni, H. C., Handayani, P., & Wulandari, T. (2023). Pendampingan Sertifikasi Halal untuk Meningkatkan Daya Saing Produk UMKM. *To Maega : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(1), 17. <https://doi.org/10.35914/tomaega.v6i1.1271>
- Zahoor, N., Zopiatlis, A., Adomako, S., & Lamprinakos, G. (2023). The micro-foundations of digitally transforming SMEs: How digital literacy and technology interact with managerial attributes. *Journal of Business Research*, 159(January 2022), 113755.
<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2023.113755>