

## **Pengembangan Nilai Bisnis UMKM Melalui Inovasi Pemasaran Digital dan Edukasi Sertifikasi Halal Pada Pengusaha UMKM Binaan LAZISMU Sidoarjo**

**Bani Alkausar<sup>1</sup>, Hanifiyah Yuliatul Hijriah<sup>2</sup>, Himmatul Kholidah<sup>3</sup>, Prininth  
Nanda Soemarsono<sup>4</sup>**

*<sup>1,2,3,4</sup> Fakultas Vokasi, Universitas Airlangga, Indonesia*

### **Corresponding Author**

**Nama Penulis:** Bani Alkausar

**E-mail:** [bani-alkausar@vokasi.unair.ac.id](mailto:bani-alkausar@vokasi.unair.ac.id)

### **Abstrak**

Tantangan utama yang dihadapi oleh UMKM adalah keterbatasan dalam mengakses pasar yang lebih luas dan mengelola strategi pemasaran yang inovatif. Banyak pelaku UMKM yang masih bergantung pada metode pemasaran tradisional, sehingga kurang mampu memanfaatkan peluang besar dari platform digital khususnya pada masa pandemi seperti saat ini. Di sisi lain, kesadaran terhadap pentingnya sertifikasi halal juga masih rendah, meskipun sertifikasi ini menjadi elemen penting untuk meningkatkan kepercayaan konsumen, khususnya di negara dengan mayoritas penduduk Muslim seperti Indonesia. Melalui program pelatihan pengembangan website sebagai media pemasaran, UMKM binaan LAZISMU Sidoarjo dapat membangun citra profesional dan meningkatkan keterlibatan konsumen pada masa pandemi. Sementara itu, edukasi sertifikasi halal memberikan pemahaman mendalam kepada pengusaha UMKM tentang proses dan manfaat sertifikasi halal, sehingga mampu meningkatkan nilai tambah produk mereka. Secara umum pelaksanaan pengabdian masyarakat memberikan dampak yang positif bagi para UMKM binaan LAZISMU Sidoarjo. Para UMKM merasa bahwa materi yang disampaikan memberikan contoh nyata mengenai bagaimana pengembangan nilai bisnis dilakukan dengan peningkatan nilai produk melalui sertifikasi halal dan implementasi teknik pemasaran digital. Berdasarkan hasil survei para UMKM memahami betul bahwa program sertifikasi halal dan teknik pemasaran digital menjadi salah satu fundamental dalam pengelolaan suatu usaha bisnis.

**Kata kunci** – Sertifikasi Halal, Pemasaran Digital, Inovasi Bisnis, Pandemi Covid-19, Literasi Teknologi

### **Abstract**

The main challenges faced by SMEs are limited access to broader markets and managing innovative marketing strategies. Nowadays SMEs still rely on traditional marketing methods, making them less able to take advantage of the vast opportunities provided by digital platforms, especially during the current pandemic. On the other hand, awareness of the importance of halal certification remains low, even though this certification is a crucial element in increasing consumer trust, particularly in a predominantly Muslim country like Indonesia. Through a website development training program as a marketing tool, SMEs of LAZISMU Sidoarjo can build a professional image and enhance consumer engagement during the pandemic. Meanwhile, education on halal certification provides SMEs in-depth knowledge about the process and benefits of halal certification, thereby increasing the added value of their products. In general, the implementation of this community service program has had a positive impact on SMEs of LAZISMU Sidoarjo. SMEs feel that the material presented offers concrete examples of how business value development can be achieved by enhancing product value through halal certification and implementing digital marketing technique. According to survey results, SMEs fully understand that halal certification programs and digital marketing techniques are fundamental aspects of business management.

**Keywords** - Halal Certification, Digital Marketing, Business Innovation, Pandemic Covid-19, Technology Literacy

## **PENDAHULUAN**

Pandemi Covid-19 berdampak pada aspek perekonomian, termasuk di sektor UMKM. Sehingga untuk menjaga potensi UMKM, diperlukan upaya membangkitkan kembali perekonomian. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam perekonomian Indonesia, baik sebagai penggerak utama ekonomi rakyat maupun sebagai penyerap tenaga kerja terbesar (Ismail, 2023). Di Kabupaten Sidoarjo, keberadaan UMKM menjadi salah satu sektor unggulan yang mendukung pertumbuhan ekonomi daerah (Yuliatul Hijriah et al., 2023). Namun, tantangan Pandemi Covid-19 menuntut para pelaku UMKM untuk terus beradaptasi dengan perubahan, khususnya dalam bidang pemasaran dan pemenuhan standar produk yang dapat meningkatkan daya saing di pasar domestik maupun internasional. Salah satu inovasi yang dapat dilakukan oleh UMKM adalah inovasi pemasaran digital, diantaranya melalui website (Nugroho et al., 2020). Website berperan memberikan kemudahan bagi konsumen agar dapat mengakses produk/layanan, ragam informasi serta dapat terintegrasi dengan aplikasi pendukungnya, sehingga memberikan kemudahan bagi konsumen maupun produsen (UMKM) (Haryono, 2018).

Media teknologi informasi telah berkembang secara cepat dan secara langsung hadir di berbagai aktivitas sehingga memberikan kemudahan bagi masyarakat. Salah satunya dalam aktivitas bisnis, masyarakat sebagai konsumen dapat menjangkau produk dan layanan dengan lebih efektif dan efisien (Changalima et al., 2025). Hal ini menjadi peluang bagi pelaku usaha untuk dapat mengembangkan potensi bisnisnya menjadi lebih luas, melalui pemanfaatan media digital karena dapat meningkatkan brand awareness produk dan layanan, sehingga dapat mencapai nilai keunggulan kompetitif di tengah persaingan pasar yang semakin ketat (Suryawardani et al., 2021). Namun hal ini juga menjadi tantangan tersendiri bagi pelaku usaha tertentu seperti pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dalam beradaptasi dengan perkembangan teknologi digital.

Selain itu, nilai tambah suatu produk serta kepuasan konsumen menjadi perhatian pelaku UMKM. Termasuk pemenuhan hak-hak konsumen atas tersedianya informasi produk. Jaminan produk halal juga menjadi kebutuhan konsumen karena konsumen berhak memperoleh informasi produk secara transparan untuk tercapainya keselamatan konsumen baik muslim dan non-muslim, juga secara akidah, rohaniah maupun jasmaniah (Susetyohadi et al., 2021). Ketersediaan sertifikat halal atas suatu produk mampu mempengaruhi perilaku konsumen, seperti tercapainya kepuasan hingga loyalitas konsumen. Hal ini menuntut pelaku usaha untuk mengakselerasi fitur produk usahanya melalui sertifikasi halal.

LAZISMU Sidoarjo, sebagai lembaga zakat yang aktif dalam pemberdayaan ekonomi, memiliki peran penting dalam membina UMKM untuk meningkatkan nilai bisnis mereka. Salah satu langkah strategis yang dapat dilakukan adalah dengan memadukan inovasi pemasaran berbasis website yang kreatif dan edukasi sertifikasi halal. Pendekatan ini tidak hanya membantu UMKM untuk menjangkau pasar yang lebih luas melalui teknologi digital, tetapi juga memastikan produk mereka memenuhi standar kehalalan yang diakui secara nasional dan internasional.

Salah satu tantangan utama yang dihadapi oleh UMKM adalah keterbatasan dalam mengakses pasar yang lebih luas dan mengelola strategi pemasaran yang inovatif. Banyak pelaku UMKM yang masih bergantung pada metode pemasaran tradisional, sehingga kurang mampu memanfaatkan peluang besar dari platform digital khususnya pada masa pandemi seperti saat ini. Di sisi lain, kesadaran terhadap pentingnya sertifikasi halal juga masih rendah, meskipun sertifikasi ini menjadi elemen penting untuk meningkatkan kepercayaan konsumen, khususnya di negara dengan mayoritas penduduk Muslim seperti Indonesia. Latar belakang bidang usaha UMKM binaan LAZISMU juga cukup beragam, baik di industri perdagangan dan manufaktur. Namun, ditengah potensi yang dimiliki oleh pelaku usaha UMKM, pelaku usaha menghadapi tantangan atas dampak pandemi Covid-19. Seperti minimnya jangkauan pemasaran atas produk usaha serta penguatan nilai tambah kualitas produk agar mampu bersaing secara unggul.

Melalui program pelatihan pengembangan website sebagai media pemasaran, UMKM dapat membangun citra profesional dan meningkatkan keterlibatan konsumen pada masa pandemi. Sementara itu, edukasi sertifikasi halal memberikan pemahaman mendalam kepada pengusaha UMKM tentang proses dan manfaat sertifikasi halal, sehingga mampu meningkatkan nilai tambah produk mereka. Kombinasi dari kedua strategi ini diharapkan dapat mendukung pertumbuhan UMKM binaan LAZISMU Sidoarjo secara berkelanjutan, serta memperkuat kontribusi mereka terhadap perekonomian lokal dan nasional.

Oleh karena itu, pengembangan nilai bisnis UMKM melalui inovasi pemasaran kreatif berbasis website dan edukasi sertifikasi halal menjadi upaya strategis yang perlu diterapkan secara terintegrasi, untuk mewujudkan UMKM yang tangguh, kompetitif, dan berdaya saing tinggi di era digital kala menghadapi pandemi.

## **METODE**

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi berikut ini merupakan metode pelaksanaan kegiatan untuk menjawab tantangan sebagai berikut:

### **1. Tahapan Pelaksanaan.**

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang ditawarkan guna mengatasi permasalahan pengusaha UMKM yang tergabung dibawah naungan binaan LAZISMU Sidoarjo. Adapun tahapan penyelesaian permasalahan dalam program pengabdian kepada masyarakat yang perlu dilakukan oleh tim pengusul pengabdian kepada masyarakat adalah:

#### **a. Bidang Pemasaran**

Bidang pemasaran menjadi salah satu hal yang mampu mendukung pengembangan nilai bisnis UMKM. Pelatihan inovasi pemasaran kreatif berbasis website dan edukasi sertifikasi halal bagi pengusaha UMKM binaan LAZISMU Sidoarjo ini berupaya untuk menjadi bagian dari program dalam meningkatkan nilai jual atas produk UMKM, salah satunya dengan pengembangan inovasi pemasaran kreatif secara digital salah satunya melalui media digital website.

Kemudahan masyarakat sebagai konsumen dalam menjangkau produk dan layanan secara lebih efektif dan efisien, menjadi bentuk pilihan perilaku konsumen saat ini. Hal ini menjadi peluang bagi pelaku usaha untuk dapat mengembangkan potensi bisnisnya menjadi lebih luas, karena melalui pemanfaatan media digital dapat meningkatkan brand awareness produk dan layanan, sehingga dapat mencapai nilai keunggulan kompetitif di tengah persaingan pasar yang semakin ketat (Suryawardani et al., 2021).

Khususnya ditengah masa adaptasi dengan era new normal sejak berlangsungnya pandemic Covid-19. Kebijakan terkait ditandai dengan empat aspek yaitu Hygiene, Low-Touch, Less-Crowd, dan Low-Mobility. Keempat karakteristik tersebut menjadi perhatian bagi pelaku UMKM melalui inovasi baru dalam pengelolaan usahanya. Salah satu inovasi yang dapat dilakukan oleh UMKM adalah inovasi pemasaran digital, diantaranya melalui website sebagai salah satu upaya untuk mengembangkan bisnis UMKM. Website berperan memberikan kemudahan bagi konsumen agar dapat mengakses produk/layanan, ragam informasi serta dapat terintegrasi dengan aplikasi pendukungnya, sehingga memberikan kemudahan bagi konsumen maupun produsen (UMKM) (Haryono, 2018).

#### **b. Bidang Manajemen**

Bidang manajemen khususnya atas perhatian pada pengelolaan sistem sertifikasi jaminan produk halal bagi produk UMKM guna meningkatkan nilai kualitas produk. Nilai tambah suatu produk serta kepuasan konsumen menjadi perhatian pelaku UMKM. Termasuk pemenuhan keselamatan konsumen atas tersedianya informasi produk. Jaminan produk halal juga menjadi kebutuhan konsumen karena konsumen berhak memperoleh informasi produk secara transparan untuk tercapainya keselamatan konsumen baik muslim

dan non-muslim, juga secara akidah, rohaniah maupun jasmaniah (Susetyohadi et al., 2021). Sertifikasi halal merupakan proses memperoleh sertifikat jaminan produk halal melalui beberapa tahapan untuk membuktikan bahwa bahan, proses produksi, serta sistem jaminan halal sebuah produk telah memenuhi standar dan ketentuan yang ditetapkan oleh pemerintah (Sukoco et al., 2021). Berdasarkan Undang – undang No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, saat ini pemerintah Indonesia telah memiliki badan khusus yaitu Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) dibawah naungan Kementerian Agama, yang bertugas menjamin kehalalan produk yang beredar dan dipasarkan di Indonesia. Ketersediaan sertifikat halal atas suatu produk mampu mempengaruhi perilaku konsumen. Seperti aspek kualitas produk yang dapat ditunjukkan melalui kepemilikan sertifikat halal, ini berdampak pada peningkatan loyalitas konsumen (Ali et al., 2018). Hal ini menuntut pelaku usaha untuk mengakselerasi fitur produk usahanya melalui sertifikasi halal sehingga mampu memberikan nilai tambah bagi produk atau layanan yang dimiliki UMKM.

Pelaksanaan program pelatihan inovasi pemasaran kreatif berbasis website dan edukasi sertifikasi halal bagi pengusaha UMKM binaan LAZISMU Sidoarjo ini membutuhkan waktu sesuai timeline kegiatan berlangsung selama 7 bulan, namun secara khusus dapat efektif terlaksana dalam waktu 6 bulan. Rangkaian program direncanakan sesuai jangka waktu yang dibutuhkan berdasarkan kebutuhan pelaksanaan diharapkan dapat mencapai sasaran tujuan secara berkelanjutan. Selain itu, diadakannya evaluasi program yang mampu memberikan

pengukuran kemampuan dan analisis pencapaian tujuan atas program yang telah dilaksanakan. Berikut adalah tahapan pelaksanaan kegiatan program:

1) Tahap Perencanaan dan Persiapan

Pada tahap perencanaan dan persiapan administrasi yang disyaratkan untuk pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang didukung dengan materi sosialisasi dan konsultasi dengan pengusaha UMKM. Observasi awal dilakukan untuk melihat kondisi dan kegiatan terkait yang berlangsung di UMKM binaan LAZISMU Sidoarjo. Khususnya terkait pandangan dan pemahaman pelaku UMKM terkait sertifikasi halal hingga permasalahan lain yang terkait pengembangan nilai bisnis UMKM.

2) Tahap Pelaksanaan

Bentuk partisipasi pelaku UMKM binaan LAZISMU Sidoarjo dalam program pengabdian kepada masyarakat ini sebagai peserta pelatihan akan secara penuh mengikuti tahapan workshop dalam pelatihan inovasi pemasaran kreatif berbasis website serta edukasi sertifikasi halal. Secara langsung pelaku UMKM sebagai peserta tersebut terlibat secara mandiri dengan dipandu dalam materi pelatihan inovasi pemasaran kreatif berbasis website, baik melalui penyampaian materi serta pendampingan dalam pengembangan pemasaran secara digital berbasis website. Selain itu, pelaksanaan edukasi sertifikasi halal diberikan melalui pemberian materi pelatihan tentang pengetahuan dasar tentang sertifikasi jaminan produk halal, peran pentingnya sertifikasi halal bagi keberlangsungan UMKM serta teknik proses pengajuan sertifikasi halal. Harapan dari pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat ini, pelaku UMKM dapat memahami secara penuh serta mempraktikkan hasil pelatihan, sehingga kedepannya pelaku UMKM dapat mengembangkan nilai bisnis secara mandiri.

3) Tahap Evaluasi

Tahapan evaluasi untuk aspek pemasaran dapat dilihat dari keterampilan memasarkan produk melalui media digital serta untuk aspek edukasi sertifikasi

halal dapat ditinjau dari tingkat pemahaman peserta atas materi edukasi yang telah diberikan. Dalam menunjang proses evaluasi tingkat pemahaman atas program pelatihan serta wawasan terkait edukasi yang telah diberikan, dapat didukung dengan pengukuran melalui kuisioner yang diberikan setelah pelatihan dilaksanakan. Selain itu dapat dilakukan analisis kemampuan ketrampilan inovasi pemasaran kreatif berbasis website dan pengetahuan tentang sertifikasi halal secara lebih lanjut.

## 2. Partisipasi Mitra dalam Pelaksanaan Program

Pada pelaksanaan program ini mitra UMKM Binaan LAZISMU Sidoarjo menyampaikan kesediaannya untuk berpartisipasi aktif dalam mendukung suksesnya program ini. Seperti mengikuti secara aktif keseluruhan program sebagai upaya meningkatkan nilai ekonomi sektor UMKM melalui beberapa program yang diberikan kepada mitra. Pada program pengabdian ini, selain dalam bentuk pelatihan juga akan dilakukan diskusi bersama mitra UMKM Binaan LAZISMU Sidoarjo untuk melakukan evaluasi serta untuk menampung aspirasi dan masalah yang dimiliki UMKM sehingga melalui pelatihan ini juga diharapkan mampu memberikan solusi strategis.

## 3. Tahapan Evaluasi Pelaksanaan Program dan Keberlanjutan Program

Pada tahapan evaluasi dilakukan pada beberapa aspek yang terdiri dari segi keberhasilan program pengabdian, capaian dalam pengelolaan usaha berbasis digital yang mencakup pelatihan inovasi pemasaran kreatif berbasis website serta edukasi sertifikasi halal. Selain itu, evaluasi meliputi sejauh mana peningkatan nilai bisnis mitra UMKM Binaan LAZISMU Sidoarjo yang ditinjau dari sebelum dan sesudah pelatihan. Melalui pelatihan dan pendampingan ini diharapkan UMKM Binaan LAZISMU Sidoarjo dapat mengembangkan nilai ekonomi melalui pengembangan pemasaran kreatif berbasis digital khususnya mampu menjangkau teknik pemasaran berbasis website secara sederhana namun mampu memberikan fungsi yang optimal. Selain itu pelaku usaha dapat memahami program sertifikasi halal untuk produk UMKM baik dari segi dampak positifnya serta alur proses sertifikasi halal. Sehingga diharapkan bisnis yang telah berjalan dapat lebih berkembang dan menjadikan UMKM Binaan LAZISMU Sidoarjo lebih mandiri secara finansial. Untuk harapan besar dari program ini mampu memperkuat nilai ekonomi baik bagi mitra UMKM Binaan LAZISMU serta masyarakat disekitar mitra secara berkelanjutan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pelatihan telah dilaksanakan dengan baik sesuai dengan rencana yang sudah ditetapkan. Berikut ini hasil kegiatan pelatihan yang sudah dilaksanakan:

Materi kedua terkait bidang manajemen mengenai edukasi sertifikasi Halal yang disampaikan oleh Dr. Dian Berkah, S.HI., M.HI. selaku DSN MUI Jatim. Sertifikasi halal merupakan aspek penting yang dapat meningkatkan nilai tambah produk dan daya saing UMKM, terutama di Indonesia sebagai negara dengan mayoritas penduduk Muslim. Sertifikasi halal tidak hanya menjadi alat untuk membangun kepercayaan konsumen, tetapi juga membuka peluang bagi UMKM untuk memasuki pasar yang lebih luas. Berikut adalah kaitan sertifikasi halal dengan pengembangan UMKM:

1. Meningkatkan Kepercayaan Konsumen. Sertifikasi halal memberikan jaminan kepada konsumen bahwa produk dibeli memenuhi standar kehalalan yang telah ditetapkan oleh otoritas terkait (Yunos et al., 2014). Oleh sebab itu kepercayaan konsumen terhadap produk UMKM tentunya juga akan meningkat.
2. Membuka Akses ke Pasar yang Lebih Luas. Dengan memiliki sertifikasi halal, UMKM dapat memperluas jangkauan pasarnya. Produk bersertifikasi halal juga lebih mudah diterima di negara-negara dengan regulasi halal yang ketat, seperti negara-negara Timur Tengah, Malaysia, dan Brunei.

3. Meningkatkan Daya Saing Produk. Sertifikasi halal menjadi keunggulan kompetitif bagi UMKM, khususnya di sektor makanan, minuman, kosmetik, dan farmasi. Di tengah persaingan pasar yang ketat, produk dengan label halal memiliki daya tarik tersendiri, bahkan bagi konsumen non-Muslim yang mengaitkan produk halal dengan kualitas.
4. Memberikan Nilai Tambah pada Produk. Produk yang memiliki sertifikasi halal memiliki nilai tambah yang signifikan. Konsumen cenderung bersedia membayar lebih untuk produk yang bersertifikasi halal karena mereka merasa yakin dengan kualitas dan keamanan produk tersebut. Ini membuka peluang bagi UMKM untuk meningkatkan margin keuntungan mereka.



**Gambar 1.**  
Penyampaian Materi Edukasi Sertifikasi Halal

Materi kedua terkait bidang pemasaran membahas mengenai teknik pemasaran digital yang disampaikan oleh Bapak Moh. Darus Salam, S.E., M.B.A. selaku praktisi dalam bidang pemasaran. Teknik pemasaran digital memiliki relevansi yang sangat besar bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Di era digital, UMKM menghadapi tantangan untuk tetap kompetitif, khususnya dalam menjangkau pasar yang lebih luas dan memenuhi ekspektasi konsumen. Penerapan pemasaran digital memungkinkan UMKM untuk memanfaatkan teknologi secara efektif guna meningkatkan visibilitas, membangun merek, dan mendorong pertumbuhan bisnis. Berikut adalah beberapa kaitan langsung antara teknik pemasaran digital dengan pengembangan UMKM:

1. Akses Pasar yang Lebih Luas. Dengan teknik seperti SEO, PPC, dan social media marketing, UMKM dapat menjangkau konsumen yang berada di luar wilayah geografis mereka. Hal ini memberikan peluang besar bagi UMKM untuk memperluas pasar mereka, termasuk ke pasar internasional, dengan biaya yang lebih efisien dibandingkan metode pemasaran tradisional.
2. Meningkatkan Brand Awareness. UMKM seringkali menghadapi tantangan dalam membangun kesadaran merek (brand awareness). Dengan menggunakan strategi seperti content marketing, social media marketing, dan video marketing, UMKM dapat menciptakan identitas merek yang kuat dan menarik perhatian konsumen. Konten yang kreatif dan informatif dapat membantu UMKM bersaing dengan merek-merek besar di pasar.
3. Efisiensi biaya. Pemasaran digital memberikan efisiensi biaya. Platform media sosial saat ini sangat mudah dan murah untuk dijangkau. Kemudahan akses teknologi secara tidak

- langsung memberikan kesempatan kepada UMKM untuk bisa memasarkan produk mereka untuk menjangkau pasar yang lebih luas tanpa mengeluarkan biaya yang besar.
4. Peningkatan Penjualan. Keterjangkauan produk memberikan peluang bagi konsumen baru untuk bisa mendapatkan produk yang mereka butuhkan. Dengan adanya kemudahan akses produk memungkinkan peningkatan penjualan produk oleh UMKM.
  5. Dukungan Inovasi Produk. Melalui pemasaran digital, UMKM dapat mendapatkan umpan balik langsung dari konsumen. Interaksi ini dapat membantu UMKM memahami kebutuhan pasar, yang pada gilirannya dapat digunakan untuk mengembangkan produk atau jasa yang lebih sesuai dengan permintaan.
  6. Peningkatan Daya Saing. Di pasar yang kompetitif, UMKM sering bersaing dengan perusahaan besar. Teknik pemasaran digital memungkinkan UMKM untuk bersaing secara efektif melalui pendekatan yang lebih personal dan strategis.

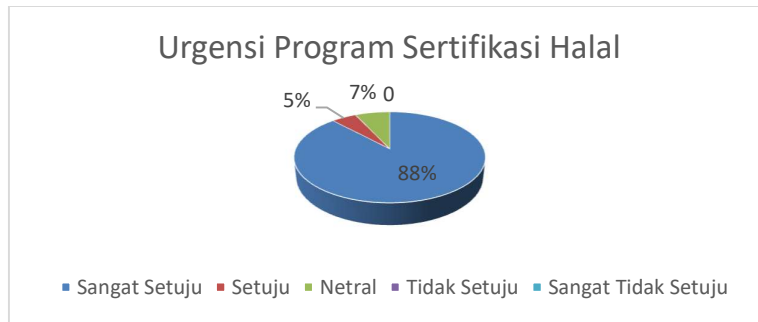
Teknik pemasaran digital secara tidak langsung memberikan peluang besar bagi UMKM untuk tumbuh dan berkembang. Dengan memanfaatkan teknologi digital, UMKM dapat mengatasi kendala pemasaran tradisional, seperti keterbatasan dana dan akses pasar. Penerapan pemasaran digital yang strategis tidak hanya membantu UMKM meningkatkan penjualan, tetapi juga membangun merek yang kompetitif di era globalisasi.



**Gambar 2.**

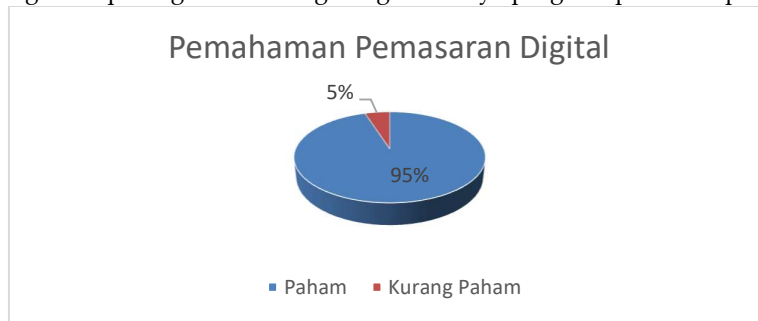
Penyampaian Materi Pemasaran Digital

Kegiatan edukasi sertifikasi halal dan teknik pemasaran digital memberikan memberikan dampak positif bagi para peserta. Berdasarkan hasil survey yang dilakukan para UMKM menyatakan bahwa program sertifikasi halal merupakan program yang penting untuk dilakukan. Sebanyak 26 UMKM dari total 30 UMKM binaan sangat setuju bahwa mereka sangat membutuhkan pendampingan sertifikasi halal. Para UMKM merasa bahwa program sertifikasi halal merupakan salah satu bentuk komitmen mereka dalam menjaga dan memastikan mutu produk. Hal ini dapat meningkatkan nilai jual dari produk yang mereka hasilkan dan memberikan jaminan kehalalan serta kualitas produk kepada konsumen.



**Gambar 3.**  
Kebermanfaatan Program Sertifikasi Halal

Semakin berkembangnya teknologi informasi mendorong pelaku usaha untuk senantiasa berinovasi tidak terlepas inovasi pada strategi pemasaran produk (Ortigueira-Sánchez et al., 2022). Teknik pemasaran digital dipercaya menjadi salah satu solusi yang bisa dilakukan oleh UMKM untuk bisa meraih mangsa pasar yang lebih luas. Sebanyak 28 UMKM dari total 30 UMKM binaan memahami bagaimana implementasi pemasaran digital. Hal ini menunjukkan bahwa literasi pemasaran digital UMKM telah mengalami peningkatan seiring dengan adanya program pelatihan pemasaran digital.



**Gambar 4.**  
Pemahaman Teknik Pemasaran Digital

## KESIMPULAN

Secara umum pelaksanaan pengabdian masyarakat memberikan dampak yang positif bagi para UMKM binaan LAZISMU Sidoarjo. Mereka merasa bahwa materi yang disampaikan memberikan contoh nyata mengenai bagaimana pengembangan nilai bisnis dilakukan dengan peningkatan nilai produk melalui sertifikasi halal dan implementasi teknik pemasaran digital. Hal ditunjukkan dengan dukungan penuh serta apresiasi dari Ketua Lazismu Sidoarjo yang menyatakan bahwa kegiatan ini memberikan wawasan baru kepada para UMKM tentang bagaimana pemanfaatan teknik pemasaran digital yang baik sehingga UMKM binaan Lazismu Sidorajo tidak hanya mahir dalam memproduksi produk namun juga dapat memasarkan produk secara luas. Berdasarkan hasil survey UMKM memahami betul bahwa program sertifikasi halal dan teknik pemasaran digital menjadi salah satu fundamental dalam pengelolaan suatu usaha bisnis.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih ditujukan kepada Fakultas Vokasi Universitas Airlangga dan Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Airlangga Surabaya atas kesempatan dan dukungan pendanaan sehingga kegiatan ini bisa berjalan dengan baik. Selain itu ucapan terima kasih juga kami ucapkan kepada UMKM Binaan LAZISMU Sidoarjo yang telah berpartisipasi dalam kegiatan ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ali, A., Xiaoling, G., Sherwani, M., & Ali, A. (2018). Antecedents of consumers' Halal brand purchase intention: an integrated approach. *Management Decision*, 56(4), 715–735. <https://doi.org/10.1108/MD-11-2016-0785>
- Changalima, I. A., Ismail, I. J., & Amani, D. (2025). Driving SME performance through technological absorptive capacity and e-business innovation. *Sustainable Technology and Entrepreneurship*, 4(1), 100089. <https://doi.org/10.1016/j.stae.2024.100089>
- Haryono, S. (2018). Pengaruh Penggunaan Website Terhadap Penjualan Produk Pengusaha Umkm Pada Asosiasi Industri Kreatif Depok. *Sosio E-Kons*, 10(1), 39–46.
- Ismail, I. J. (2023). Speaking to the hearts of the customers! The mediating effect of customer loyalty on customer orientation, technology orientation and business performance. *Technological Sustainability*, 2(1), 44–66. <https://doi.org/10.1108/TECHS-03-2022-0016>
- Nugroho, Y., Dwikesumasari, P. R., & Alkausar, B. (2020). Training of Effective Online Marketing and Financial Management During the Pandemic for SMEs in Watudandang Village Nganjuk District. *Jurnal Layanan Masyarakat (Journal of Public Services)*, 4(2), 369. <https://doi.org/10.20473/jlm.v4i2.2020.369-376>
- Ortigueira-Sánchez, L. C., Welsh, D. H. B., & Stein, W. C. (2022). Innovation drivers for export performance. *Sustainable Technology and Entrepreneurship*, 1(2). <https://doi.org/10.1016/j.stae.2022.100013>
- Sukoco, I., Fordian, D., Fauzan, F., & Kurniawati, L. (2021). Penyuluhan Makanan, Bisnis Kuliner, Dan Sertifikasi Halal Bagi Pelaku Ukm Kabupaten Pangandaran. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 344. <https://doi.org/10.24198/kumawula.v4i2.32467>
- Suryawardani, B., Wulandari, A., Marcelino, D., Satrya, G. B., Wijaya, R., Lukito, W., & Prabawa, B. (2021). Creative Digital Marketing and Advanced Internetworking Assistance Programs for Micro, Small and Medium Enterprises in Buah Batu District Bandung. *Engagement: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2), 361–376. <https://doi.org/10.29062/engagement.v5i2.217>
- Susetyohadi, A., Adha, M. A., Utami, A. D., & Rini, D. E. S. (2021). Pengaruh Sertifikasi Halal Terhadap Kesetiaan Konsumen Pada Produk Makanan dan Minuman: Studi Kasus Konsumen Non-Muslim di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(1), 285. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i1.1866>
- Yuliatul Hijriah, H., Nanda Soemarsono, P., Kholidah, H., & Alkausar, B. (2023). Peningkatan Nilai Bisnis UMKM Melalui Edukasi Aksesibilitas Peer to Peer Lending Syariah. *Journal of Public Service*, 7(2), 208–219.
- Yunos, R. M., Mahmood, C. F. C., & Mansor, N. H. A. (2014). Understanding Mechanisms to Promote Halal Industry-The Stakeholders' Views. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 130, 160–166. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.04.020>