

PENGEMBANGAN BISNIS DI ERA DIGITAL MELALUI PELATIHAN DIGITAL ENTREPRENEURSHIP DAN SERTIFIKASI HALAL UNTUK MEWUJUDKAN BANOM NU BERJIWA WIRAUSAHA MELALUI PENDEKATAN ABCD (ASSET BASED COMMUNITY DEVELOPMENT)

**Siti Fatimah, Akhmad Nurkholis, Aniesatun Nurul Aliefah, Ali Fajar, Sesi Triana
Rahayu, Laila Khurul Ainu, Erikatul Khusnia, Lina Ni'matul Ma'wiyah,
Arsela Titin Cahyani, Aziz Arwani, Khaerus Syahidi**

Institut Agama Islam Nahdlatul Ulama Kebumen,
Universitas Hamzanwadi
stfatimah89@gmail.com

Abstract

This activity aims to provide guidance and training to all NU banoms in Purbowangi Village through the ABCD approach. The activity took place during the IAINU Kebumen KKN program in July-August 2023 in Purbowangi Village, Buayan District. The training was held on August 24, 2023 at the Purbowangi Village Hall, which was attended by NU banom members of Purbowangi Village and MSME actors who were followed up until the participants obtained halal certification. This activity used the Asset Based Community Development (ABCD) approach which focuses on the utilization of assets and potential of MSMEs owned by NU banoms in Purbowangi Village. The results of this training were the participants' enthusiasm in participating in this training, such as participants being enthusiastic about attending website training until they could join the business website, register on the marketplace, and dare to promote their products on social media. This activity also provides understanding and skills for micro-business actors to be able to develop the right business strategy and maximize the use of digital technology as well as understand good halal certification for their businesses.

Keywords: Development, Digital, Halal Certification, Banom NU, ABCD.

Abstrak

Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan pendampingan dan pelatihan terhadap semua banom NU di Desa Purbowangi melalui pendekatan ABCD. Kegiatan ini berlangsung selama program KKN IAINU Kebumen pada bulan Juli-Agustus 2023 di Desa Purbowangi Kecamatan Buayan. Pelatihan dilaksanakan pada tanggal 24 Agustus 2023 di Balai Desa Purbowangi yang dihadiri oleh anggota banom NU Desa Purbowangi dan pelaku UMKM yang ditindaklanjuti sampai peserta mendapatkan sertifikasi halal. Kegiatan ini menggunakan pendekatan Asset Based Community Development (ABCD) yang memfokuskan kepada pemanfaat asset dan potensi dari UMKM yang dimiliki oleh banom NU Desa Purbowangi. Hasil dari pelatihan ini adalah adanya sikap antusias peserta mengikuti pelatihan ini seperti peserta antusias untuk mengikuti pelatihan membuat website sampai dapat bergabung dengan website usaha, mendaftar di market place dan berani mempromosikan produknya di media sosial. Kegiatan ini juga memberikan pemahaman dan kemampuan bagi pelaku usaha mikro agar dapat menyusun strategi usaha yang tepat dan memaksimalkan penggunaan teknologi digital serta memahami sertifikasi halal yang baik bagi usahanya.

Keywords: Pengembangan, Digital, Sertifikasi Halal, Banom NU, ABCD.

PENDAHULUAN

Desa Purbowangi yang terletak di Kecamatan Buayan, memegang peran kunci dalam mempertahankan dan memajukan sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang dimiliki oleh anggota banom NU di lingkungan pedesaan. Kendati memiliki potensi besar, UMKM di desa ini menghadapi sejumlah tantangan yang memerlukan perhatian serius. Era digital dan semakin ketatnya persyaratan sertifikasi, seperti sertifikasi halal, telah memunculkan kebutuhan mendesak untuk penyelenggaraan pelatihan digital entrepreneurship dan sertifikasi halal di Desa Purbowangi. Produk-produk halal semakin diminati di pasar global, dan UMKM yang menghasilkan makanan dan minuman harus memenuhi persyaratan sertifikasi ini untuk bersaing secara internasional. Oleh karena itu, pelatihan sertifikasi halal akan memberikan panduan yang diperlukan kepada pelaku UMKM untuk memastikan produk mereka sesuai dengan standar halal yang ketat.

Meninjau dari permasalahan yang terjadi dalam tahap implementasi sertifikasi halal, dikutip dari halalmui.org didapatkan permasalahan yang terjadi seperti pemahaman tentang halal dan haram, rendahnya pengetahuan terkait dengan pentingnya dalam memenuhi persyaratan Sistem Jaminan Halal (SJH), pembiayaan sertifikasi yang cukup memberatkan pelaku, dan konsistensi produksi dan kualitas UMKM masih kurang sehingga pelaksanaan SJH tidak bisa dilakukan secara optimal (Kurniawan et al., 2023). Hal tersebut juga menjadi permasalahan yang dihadapi oleh UMKM Banom NU sehingga dengan adanya pelatihan pendampingan sertifikasi halal, akan memberikan kemudahan bagi UMKM untuk meningkatkan kualitas produk.

Wulandari menyebutkan bahwa melalui sertifikasi halal, akan memberikan kepercayaan bagi masyarakat/konsumen akan legalitas sebuah produk sehingga membantu UMKM untuk mempromosikan produk ke jangkauan yang lebih luas (Wulandari, 2023).

Selain sertifikasi halal, tantangan selanjutnya adalah pesatnya perkembangan teknologi sehingga anggota banom NU di Desa Purbowangi menghadapi kesulitan dalam memanfaatkan teknologi digital untuk memperluas jangkauan pasar mereka. Dalam konteks ini, pelatihan digital entrepreneurship akan memberikan pengetahuan dan keterampilan kepada UMKM lokal untuk berinovasi, memasarkan produk mereka secara online, dan memperluas pangsa pasar. Pelatihan digital entrepreneurship yang diberikan kepada banom NU pelaku UMKM di Desa Purbowangi akan meningkatkan pemahaman mereka tentang pemanfaatan teknologi digital dalam mengelola bisnis mereka dan akan menghasilkan peningkatan dalam pemasaran online serta akses ke pasar yang lebih luas.

Penggunaan digital sebagai media promosi menjadi hal penting dalam mengembangkan UMKM. Menurut Oktaviani dan Rustandi, pemasaran digital dapat meningkatkan kesadaran merek dengan memilih media sosial mana yang akan digunakan, membuat pesan, dan memilih strategi promosi (Oktaviani & Rustandi, 2018). Menurut Bhasole dkk, pemasaran digital adalah promosi produk atau merek menggunakan berbagai perangkat elektronik (Bhasole et al., 2020). Penggunaan teknologi untuk mendukung aktivitas pemasaran dengan tujuan meningkatkan pengetahuan pelanggan sesuai dengan kebutuhan mereka (Porsayev, 2020). Hermawan menjelaskan beberapa manfaat

pemasaran digital adalah biayanya lebih murah dan memperoleh informasi yang banyak (Hermawan, 2012). Lanjutnya, beberapa platform yang bisa digunakan oleh pelaku usaha adalah Facebook, Instagram, Twitter, dan YouTube. Shirisha menjelaskan bahwa pemasaran digital adalah solusi e-commerce tercepat. Selain itu, melalui digital marketing, dapat dilakukan transaksi pembelian dan penjualan dengan cepat, akurat, serta dapat menjangkau audiens atau pelanggan secara maksimal (Shirisha, 2018). Ia juga menjelaskan bahwa pemasaran digital jauh lebih terjangkau dibandingkan metode pemasaran tradisional.

Fatimah, dkk menyebutkan bahwa Pemasaran digital memberikan keleluasaan untuk optimalisasi masyarakat yang dalam hal ini didukung dengan pemanfaatan teknologi untuk memudahkan pelaku usaha kecil dan menengah. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi membawa dampak pada menguatnya pemasaran di dunia bisnis yang awalnya hanya menekankan dari strategi konvensional (offline) ke strategi digital (online). Pemasaran digital memungkinkan pelaku usaha dan calon konsumen berinteraksi secara virtual dan memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan produk yang sesuai dengan keinginan produsen dan dapat menyentuh pikiran konsumen. Dengan ketersediaan informasi tidak hanya sebatas detail produk saja (Fatimah et al., 2022). Begitu juga Karimi, dkk menekankan kepada urgensi digital entrepreneurship bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Hal ini berkontribusi secara positif terhadap peningkatan daya saing UMKM, memungkinkan mereka untuk lebih berhasil dalam menghadapi tantangan dalam era digital yang terus berkembang (Karimi et al., 2016).

Berdasarkan penjelasan di atas, tujuan dari kegiatan pelatihan digital entrepreneurship dan sertifikasi halal yang diadakan oleh mahasiswa KKN IAINU Kebumen di Desa Purbowangi adalah untuk membantu menggerakkan potensi ekonomi dan sosial di tingkat lokal. Dengan pelatihan digital entrepreneurship, kami bertujuan untuk memberikan pengetahuan dan keterampilan kepada banon NU sebagai pelaku UMKM di Desa Purbowangi agar mereka dapat memanfaatkan teknologi digital secara efektif dalam mengembangkan bisnis mereka, mencapai pasar yang lebih luas, dan meningkatkan pendapatan mereka. Selain itu, pelatihan sertifikasi halal bertujuan untuk memberikan pemahaman yang mendalam tentang persyaratan dan prosedur yang diperlukan untuk mendapatkan sertifikasi halal, sehingga produk-produk UMKM dapat memenuhi standar halal yang diperlukan untuk memasuki pasar yang lebih besar, termasuk pasar global. Dengan demikian, tujuan utama kami adalah untuk meningkatkan daya saing UMKM Desa Purbowangi, meningkatkan kualitas produk mereka, dan pada gilirannya, meningkatkan kesejahteraan ekonomi dan sosial masyarakat desa secara keseluruhan. Melalui pendekatan ini, kami berharap dapat menciptakan dampak positif yang berkelanjutan dalam pembangunan dan perkembangan Desa Purbowangi.

METODE

Kegiatan ini menggunakan pendekatan *Asset Based Community Development* (ABCD) yang fokus pada pemanfaatan aset dan potensi UMKM yang dimiliki anggota banom. Implementasi ini menggunakan enam langkah yang terdiri dari persiapan,

penemuan, impian, pendefinisian, dan takdir. Adapun kegiatan tersebut dilaksanakan pada tanggal 24 Agustus 2023 di Bailai Desa Purbowangi. Peserta pelatihan ini terdiri dari seluruh anggota dari banom NU Desa Purbowangi. Pelatihan ini didampingi oleh dua orang mentor yaitu Ibrahim Rizki sebagai COE optimizer dan Fitria Mustangadah selaku pendamping pendamping proses produk halal. Kegiatan ini diawali dengan peninjauan potensi pada anggota banom NU. Analisis potensi dilakukan selama 4 hari pada tanggal 18-22 Agustus 2023. Analisis ini digunakan peneliti untuk memberikan gambaran kegiatan bantuan pemasaran digital yang fokus pada pengembangan bisnis melalui pemanfaatan dunia digital seperti Whatshapp, Facebook, dan Shopee. Ketiga platform ini dipilih karena gratis dan efektif karena tidak memerlukan waktu lama untuk berlatih.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil UMKM Banom NU di Desa Purbowangi

Bonus demografi bukan hanya sekedar isu, namun harus disongsong dengan kesiapan yang matang. Agar tetap selaras, kader Banom NU (Muslimat, Ansor, Fatayat, IPNU IPPNU) terus berikhtiar meningkatkan kualitas kemampuan jiwa wirausaha dengan berbagai kolaborasi dan inovasi untuk menyiapkan produk unggulan yang memiliki value. Ada kalanya setiap usaha itu mengalami kegagalan ataupun kerugian. Namun itu harus dijadikan motivasi untuk bisa memperbaiki dimana letak kekurangannya. Terwujudnya usaha kecil dan mikro menengah yang

berhasil merupakan wujud dari mental jiwa wirausaha yang secara konsisten di implementasikan setiap saat. Tolok ukur keberhasilan setiap usaha adalah dengan bisa menimalisir kegagalan yang terjadi sebelumnya.

Era digital membawa banyak perubahan tentang tata cara mempromosikan sebuah produk yang semula hanya bersifat konvensional beralih menggunakan pemasaran digital. Selain dapat menjangkau lebih banyak audiens, digital marketing juga lebih hemat biaya dan terukur. Dengan semakin banyaknya opsi teknik marketing, mendorong semangat kader Banom NU di Desa Purbowangi terus mengembangkan UMKM kadernya di tengah banyaknya kompetitor. Salah satunya melalui kegiatan “Digital Entrepreneurship dan Sertifikasi Halal” yang diselenggarakan oleh KKN IAINU Kebumen pada Agustus 2023. Adanya kegiatan ini memberi nafas positif bagi keberadaan pelaku UMKM milik kader banom NU desa Purbowangi. Selain bisa belajar tentang dunia digital marketing, juga UMKM yang telah dimiliki oleh kader banom NU di Desa Purbowangi bisa didaftarkan produknya untuk memiliki sertifikat Halal secara gratis.

Program ini disambut dengan antusias oleh para pelaku UMKM kader Banom NU Desa Purbowangi, terlihat bagaimana mereka dengan aktif mengikuti acara. Materi yang disampaikan oleh kedua narasumber sangat menarik untuk disimak. Narasumber juga membuka sesi tanya jawab bagi peserta untuk bisa membuka pemahaman baru tentang dunia digital marketing.

Tabel 1. Daftar UMKM milik kader Banom NU di Desa Purbowangi

No	Produk	Pemilik	Unsur
1	Emping	Rasmiyah	Fatayat
2	Keripik Talas	Aris Setiawan	Ansor

No	Produk	Pemilik	Unsur
3	Emping	Suratman	Ansor
4	Kerupuk	Abdul Rahman	Ansor
5	Tempe	Puji Lestari	Fatayat
6	Sablon DTF	Dedy Kusuma	Banser
7	Barbershop Hairsoap	Tugiman	Ansor
8	Brekele	B. Hj. Sadiyah	Muslimat
9	Keripik Pisang	Aviv Varanita	Fatayat
10	Kerpik Bestak	Poniran	Banser
11	Keripik Tempe	Sardi	Ansor
12	Makaroni Rasa	Widiati	Muslimat
13	Jamur Krispi	Sumiati	Fatayat
14	Pangsit Rasa	Yatinah	Fatayat
15	Stik Ketela Krispi	Niam	Ansor

Bagi kader yang belum memiliki produk, bisa memahami terlebih dahulu yang disampaikan oleh narasumber tentang tata cara membuat produk yang memiliki nilai jual agar di notice oleh para pelanggan nantinya. Produk yang dihasilkan para kader Banom NU Purbowangi juga bisa menunjang perekonomian bagi individu maupun organisasi.

Digital Entrepreneurship

Era revolusi telah membawa sebuah perubahan dalam berbagai bidang, cara hidup, dan pola kerja manusia. Pada era ini, kemajuan teknologi dimanfaatkan dalam dunia fisik, digital, dan biologis serta mempengaruhi kedisiplinan ilmu, ekonomi, industri, maupun pemerintah.

Dalam era revolusi, manusia memanfaatkan digital entrepreneur, merupakan seorang wirausaha yang menjalankan usahanya secara online, dimana pengusaha tersebut mempromosikan barangnya menggunakan alat digital. Di era yang semakin maju, harus bisa memanfaatkan media yang sudah di sediakan. Selain memposting produk penjualan, wirausaha juga harus menentukan strategi selanjutnya untuk menarik konsumen supaya tertarik

untuk membeli. Hal ini menjadi peluang sekaligus tantangan bagi seorang wirausaha untuk bersaing di dunia penjualan.

Maka, KKN IAINU KEBUMEN Buayan 1 mengadakan program kerja digital entrepreneur dengan tujuan untuk membangun masyarakat yang lebih luas dalam berwirausaha di era digital untuk menemukan ide kreatif untuk dirancang dengan memanfaatkan teknologi yang sudah tersedia. Dalam hal ini, usahawan diberikan bagaimana menjalankan jualan usahanya secara online, dengan adanya digital marketing ini dapat mempermudah dalam menjajakan dagangannya tanpa terbatasnya ruang dan waktu. Adanya hal ini, terdapat juga website untuk mempromosikan serta membantu berjualan untuk memudahkan penjual memperkenalkan usahanya lebih luas dengan fitur yang mudah dipahami. Pelaku usaha cukup memberikan foto produk, deskripsi, dan nomor telephone yang dapat dihubuni untuk kemudian dimasukkan dalam website tersebut. Untuk sistem pembeliannya juga cukup mudah, cukup klik beli sekarang, pembeli akan dibawa langsung ke whatsapp.



Gambar 1. Kegiatan pelatihan Digital Marketing

Pada pelatihan yang sudah dilaksanakan, pengusaha diajarkan bagaimana memulai untuk berbisnis di era digital mulai dari bagaimana cara memasarkan melalui online. Selain itu juga, pengusaha bisa menyediakan stok untuk konsumen konvensional yang mana konsumen tersebut bisa melihat, memegang, dan membayar langsung di satu tempat. Sedangkan untuk konsumen digital yang memesan dari handphone, tinggal menunggu serta membayar melalui transfer atau COD.

Peran Teknologi dalam perkembangan ekonomi di Indonesia dalam suatu usaha, peran teknologi dan modal dalam pembangunan ekonomi adalah untuk meningkatkan pendapatan. Tentunya kaitannya dengan ekonomi, akan memiliki tujuan terhadap suatu profit. Teknologi serta modal memiliki peran penting dalam pendapatan yang akan dihasilkan nantinya. Menjadi digital entrepreneur, seorang pengusaha harus memiliki yang pertama mindset yang bukan hanya sekedar berjualan secara online. Namun didalamnya ada banyak sekali peluang bisnis digital yang bisa dilakukan. Kedua, know how yang mana setiap platform memiliki karakter masing-masing dalam sebuah usahanya. Seorang digital entrepreneur perlu menguasai platform yang digunakan. Ketiga, access akan terhadap teknologi, hardware, koneksi internet dan expertise sangat penting bagi

digital entrepreneur. Hal tersebut diperlukan untuk memulai bisnis secara digital. Keempat, bisnis model seorang digital entrepreneur perlu menggali bentuk model bisnis terbaik. Model bisnis terbaik umumnya unik dan bisa ditiru oleh pesaing dan disukai konsumen.

Digital Entrepreneurship merupakan istilah yang mencakup bisnis online yang dibuat dan dijalankan oleh seseorang. Digital Entrepreneurship juga sebagai peluang kewirausahaan yang diciptakan melalui penggunaan teknologi dan peralatan komunikasi informasi lainnya seperti jualan lewat online di aplikasi WhatsApp, Instagram, Facebook, YouTube dan lain sebagainya. Digital Entrepreneurship juga mencakup segala sesuatu yang baru dan berbeda tentang kewirausahaan di dunia digital. Yang pertama cara baru menemukan pelanggan untuk usaha wirausaha yaitu melalui teknologi digital, pembisnis dapat memperluas jaringan pelanggan melalui platform online, kenal media sosial maupun marketplace. Hal tersebut disebabkan oleh jarak penjual dan pembeli hanya terasa sejauh jempol dan layar. Setiap pembisnis, terutama pembisnis baru dapat lebih mudah untuk berwirausaha kapan saja dan dimana saja tanpa perlu mengeluarkan biaya tempat atau lokasi untuk berwirausaha. Kedua, cara baru merancang dan menawarkan produk dan

layanan, yaitu dengan praktik menguasai digital entrepreneurship, pembisnis perlu menguasai keterampilan dasar seperti: dapat menemukan target pelanggan baru secara online, membuat ide bisnis baru karena persaingan yang begitu ketat, dan menguasai pemasaran digital. Ketiga, cara Baru untuk menghasilkan pendapatan, dan mengurangi biaya, yaitu peluang digital entrepreneurship seperti terbukanya lapangan usaha baru yang mudah dijalankan oleh siaoa saja dan harga yang murah. Pada dunia nyata membuka usaha baru akan mahal dan beresiko tinggi, sedangkan pada dunia digital, resiko yang mungkin terjadi tidak lagi menjadi hambatan, melainkan dapat menjadi peluang merancang strategi bisnis baru dan mengimplementasikannya lebih cepat.

Wirausaha siap memberikan kualitas barang sesuai dengan yang dijanjikan Kualitas produk merupakan salah satu kunci persaingan diantara pelaku usaha yang ditawarkan kepada konsumen. Konsumen selalu ingin mendapatkan produk yang berkualitas sesuai dengan harga yang dibayar, walaupun terdapat sebagian masyarakat yang berpendapat bahwa, produk yang mahal adalah produk yang berkualitas. Jika hal itu dapat dilaksanakan oleh perusahaan, maka perusahaan tersebut akan dapat tetap memuaskan para konsumen dan dapat menambah jumlah konsumen. Kualitas produk adalah kondisi fisik, fungsi dan sifat suatu produk baik barang atau jasa berdasarkan tingkat mutu yang diharapkan seperti reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, reparasi produk serta atribut produk lainnya dengan tujuan memenuhi dan memuaskan kebutuhan konsumen atau pelanggan. Selain memberikan kualitas yang terbaik, wirausaha bisa memanfaatkan posisi untuk

menciptakan photo yang aesthetic untuk menarik pembeli.

Pertumbuhan social media dalam mempromosikan jualan secara online akhir-akhir ini meningkat sangat pesat. Konsumen pun ikut meningkat dalam membeli suatu kebutuhan, yangmana setiap generasi memiliki karakteristik masing-masing dalam berbelanja. Konsumen paling banyak ada pada Gen Z (39,4%), milenial (31,9%), Gen-X (13,8%), BabyBoomer (10.6%), Post Gen-Z (4,3%). Ini membuktikan bahwa, berbelanja secara online lebih mudah tanpa keluar rumah dan barang akan diantar sampai rumah.

Pelatihan Pembuatan Sertifikasi Halal bagi Pelaku UMKM

Sertifikasi halal merupakan suatu proses untuk menghasilkan sertifikat halal dengan melalui beberapa tahapan pemeriksaan yang dibuktikan bahwa bahan baku, proses produksi, dan sistem jaminan halal produk pada suatu perusahaan sesuai dengan standar yang sudah ditetapkan. Sertifikasi dilakukan dengan melakukan serangkaian pemeriksaan yang dilakukan oleh auditor yang kompeten dibidangnya untuk kemudian ditetapkan status kehalalannya sehingga tercipta suatu fatwa tertulis yang menyatakan kehalalan produk dalam bentuk sertifikat halal.

Indonesia merupakan sebagian besar penduduknya beragama Islam, sehingga permintaan produk halal tergolong sangat besar. Dan Majelis Ulama Indonesia atau MUI mewajibkan per September 2023 semua produk yang masuk, beredar, didagangkan di Indonesia harus sudah bersertifikat Halal terutama pada market place harus mempunyai sertifikat halal. Maka dari itu Pendamping proses produk halal atau PPH membantu masyarakat khususnya UMKM yang belum mempunyai

sertifikat halal dapat dibantu untuk mendapatkan sertifikat dengan mendaftarkannya melalui penyuluh PPH terdekat dan itu tidak dipungut biaya.

Dan suatu produk bisa dikatakan haram bisa dilihat dari proses pembiakannya bila dibiakkan menggunakan di media haram di berikan makanan zat najiz, proses penyembelihan bila harus menyebuta nama Allah dan harus menggunakan sesuai sayriat Islam, dan bahan-bahan atau bahan-bahan seperti bahan penolong, bahan baku, bahan tambahan yang harus jelas kehalalannya. Produk yang wajib berserti-fikat halal, ada produk barang yaitu, makanan, minuman, obat, kosmetik, produk kimiawi, produk, produk rekayasa genetik, barang gunaan yang dipakai, digunakan, atau dimanfaatkan. Dan produk jasa yaitu, penyembelihan, pengolahan, penyimpanan, pengemasan, pendistribusian, penjualan, dan penyajian. Dan masih banyak syarat yang harus dipenuhi untuk mendaftarkan produnya ke penyuluh

PPH seperti: Omset maksimal 500 juta/th, Proses produksi dipastikan kehalalannya, Produk tidak mengandung bahan berbahaya, Menggunakan bahan, sabun cuci dan kemasan halal, diibuktikan dengan sertifikat halal pada bahan, sabun dan kemasan kecuali bahan yang termasuk dalam positive list, Produk berupa barang bukan jasa berupa usaha dagang, restoran, rumah makan, katering tidak masuk, tetapi kedai (warung kecil dengan satu / beberapa produk), Lokasi, tempat, alat terpisah dengan untuk produk non halal, produksi cilok daging sapi & daging babi untuk lokasi yang wajib dipisahkan hanya pada penyembelihan, Proses produksi sederhana (manual/semi otomatis) usaha rumahan dan bukan pabrikan, Verval pendamping PPH, bersedia diverifikasi dan divalidasi bahan dan proses produksinya oleh pendamping PPH, dan Produk tidak mengandung daging kecuali dapat dipastikan daging bersertifikat halal / berasal dari RPH bersertifikat halal.



Gambar 2. Pelatihan Sertifikasi Halal UMKM

Dalam pelatihan tersebut beberapa pelaku UMKM sudah praktek dalam pembuatan akun si halal dan osc untuk membuat NIB. Karena dalam mendaftar si halal sebuah produk diharuskan sudah memiliki NIB. Adapun langkah-langkah pembuatan

akun si halal yang pertama mengunjungi laman si halal untuk mendaftar dan verivikasi email. Pada kesempatan pelatihan tersebut seluruh pelaku UMKM sudah mendaftarkan produknya melalui si halal.

Berdasarkan hasil wawancara, peserta pelatihan menyebutkan bahwa

pemasaran digital dapat membuat UMKM lebih berkembang dan dapat meningkatkan volume penjualan produk serta dapat meningkatkan jumlah pelanggan. Dalam wawancara tersebut ditegaskan bahwa media sosial merupakan salah satu media yang paling sering digunakan masyarakat luas dalam melakukan aktivitas, sehingga sangat mungkin melalui optimalisasi media sosial produk UMKM akan semakin berkembang. Hasil tersebut sejalan dengan penelitian Silvia bahwa media sosial memiliki peran yang sangat penting dalam pemasaran digital (Silvia, 2019). Selain mendapatkan keuntungan, keberadaan digital marketing juga mengurangi biaya kegiatan pemasaran konvensional. Manfaat lain dari digital marketing adalah adanya inovasi yang terus berkembang dan mampu meningkatkan jumlah konsumen serta mengetahui opini konsumen terhadap produk yang dikembangkan dengan cepat dan mudah. Veleva & Tsvetanova menyatakan pemasaran digital memiliki kelebihan antara lain membangun interaksi yang tinggi antara pelaku usaha dan konsumen karena dapat diakses kapan saja dan dimana saja, kegiatan pemasaran lebih efisien (Veleva & Tsvetanova, 2020).

KESIMPULAN

Hasil dari pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pendampingan dan pelatihan terhadap semua banom NU di wilayah kerja sebanyak 11 Desa yaitu dari Desa Purbowangi sampai dengan Desa Sikayu. Para pelaku usaha UMKM di wilayah pengabdian dapat mengetahui lebih luas mengenai strategi pemasaran digital entrepreneurship yang dapat dikembangkan untuk promosi produk UMKM. Melalui

platform seperti aplikasi WhatsApp, Instagram, Facebook, Shopyy, Tokopedia, Marketplace dan lain sebagainya. Dengan pelatihan digital marketing minat masyarakat terhadap produk UMKM semakin meningkat. Melalui pelatihan digital entrepreneurship dan sertifikasi halal untuk mewujudkan Banom NU berjiwa wirausaha ini diharapkan para pelaku usaha UMKM dapat bergabung dengan website usaha, mendaftar di market place dan berani mempromosikan produknya di media sosial. Dan diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan kemampuan yang lebih baik lagi bagi pelaku UMKM agar dapat menyusun strategi usaha yang tepat dan maksimal dalam penggunaan teknologi digital, serta memahami sertifikasi halal dengan baik bagi usahanya, agar produk yang sudah halal bisa diedarkan dan dipasarkan di berbagai marketplace, supermarket, indomart, serta swalayan lainnya.

Pentingnya pelatihan digital entrepreneurship dan sertifikasi halal kepada Banom NU di wilayah pengabdian untuk menciptakan kreatifitas dan inovasi produk UMKM agar pemasarannya lebih luas melalui penjualan online dan dikenal lebih luas dengan syarat sertifikasi halal. Dengan ini, bisa meningkatkan perekonomian lebih pesat lagi dan mengharapkan memiliki jiwa kewirausahaan untuk mengurangi pengangguran, kemiskinan, dan membuka lapangan pekerjaan dengan memaksimalkan teknologi saat ini. Rekomendasi selanjutnya dapat dilakukan memberikan bantuan yang lebih baik kepada masyarakat, seperti mencontohkan bagaimana cara melakukan inovasi produk UMKM yang sudah ada agar memiliki nilai jual tinggi dan peminat konsumen lebih banyak, perlunya pengembangan pengetahuan dan skill sejak dini untuk

melatih berwirausaha, perlunya pengembangan usaha digital enterpreneurship pada Masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Bhasole, V. S., Raverkar, D., & Tamondkar, T. (2020). IMPORTANCE OF DIGITAL MARKETING IN THE NEW AGE. *International Journal of Advance and Innovative Research*, 7(1), 79–82.
- Fatimah, S., Al Hudri, M. A. F., Yulianti, F., Lutfiyah, H., Fatikhaturrohmah, F., Oktariyanti, Y., Muttaqiyah, B., Istiqomah, D., Rohmah, L. N., Kainanto, A., & Wijayanti, E. (2022). ASSET BASED COMMUNITY DEVELOPMENT (ABCD) PADA UMKM OPTIMALISASI MILIK ANGGOTA PAC ANSHOR DAN FATAYAT GOMBONG MELALUI PELATIHAN DIGITAL MARKETING. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(4), 758–764.
- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Erlangga.
- Karimi, S., Biemans, H. J. A., Lans, T., Chizari, M., & Mulder, M. (2016). The Impact of Entrepreneurship Education: A Study of Iranian Students' Entrepreneurial Intentions and Opportunity Identification. *Journal of Small Business Management*, 54(1), 187–209. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12137>
- Kurniawan, D., Setiyanto, A. I., Darmawan, A., Ansori, M., Restu, F., Aprilia, E., Widiastuti, H., Zaenuddin, M., Wijayanti, I., & Rasarandi, F. D. (2023). Pelatihan Penyusunan Dokumen Sertifikasi Halal Bagi UMKM di Kota Batam. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Politeknik Negeri Batam*, 5(1), 49–61. <https://doi.org/10.30871/abdima.spolibatam.v5i1.4558>
- Oktaviani, F., & Rustandi, D. (2018). Implementasi Digital Marketing dalam Membangun Brand Awareness. *PRofesi Humas : Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*, 3(1), 1. <https://doi.org/10.24198/prh.v3i1.1.15878>
- Porsayev, G. (2020). THE PERSPECTIVES OF THE DIGITAL MARKETING. *International Journal of Human Computing Studies*, 2(6), 19–21.
- Shirisha, M. (2018). Digital Marketing Importance in the New Era. *International Journal of Engineering Technology Science and Research*, 5(1), 1–6.
- Silvia, S. (2019). The Importance of Social Media and Digital Marketing to Attract Millennials' Behavior as a Consumer. *JOURNAL OF INTERNATIONAL BUSINESS RESEARCH AND MARKETING*, 4(2), 7–10. <https://doi.org/10.18775/jibrm.1849-8558.2015.42.3001>
- Veleva, S. S., & Tsvetanova, A. I. (2020). Characteristics of the digital marketing advantages and disadvantages. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 940(1), 012065. <https://doi.org/10.1088/1757-899X/940/1/012065>
- Wulandari, O. A. D. (2023). Sosialisasi Dan Pelatihan Pembuatan Sertifikasi Halal Bagi Produk

UMKM Di Purbalingga. Jurnal
Masyarakat Madani Indonesia,
2(2), 116–121.
<https://doi.org/10.59025/js.v2i1>.
82