

STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM MELALUI SOSIALISASI SERTIFIKASI HALAL DAN DIGITAL MARKETING MENGGUNAKAN METODE ABCD (ASSET BASED COMMUNITY DEVELOPMENT)

Faridatul Munawwaroh, Dyna Rodyana, Abdul Majid Tamim, Nuvailah Rosiyah, Lailatul Maghfiroh, Sitti Nor Afifah, Sania Arnita, Muhammad Fiqri Ar Rasyid, Uut Tiara Putri Dewi, Mualip, Nita Kurnia Ningseh, Amanda Patricia, Intan Nurul Khomariyah, Misbahul Hasan, Bima Putra Alamanda, Ravika Mutiara Savitrah
Universitas Kiyai Haji Ahmad Siddiq Jember
*Email: kkn19uinkhasjember@gmail.com

Naskah diterima: 21-08-2025, disetujui: 29-11-2025, diterbitkan: 30-11-2025

DOI: <http://dx.doi.org/10.29303/jppm.v8i4.10035>

Abstrak - Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk pelatihan dan pendampingan dalam meningkatkan perekonomian masyarakat terkhusus daerah Desa Traktakan, Kecamatan Wonosari, Kabupaten Bondowoso melalui sosialisasi sertifikasi halal dan digital marketing UMKM sebagai keunikan lokal wisdom. Banyak pelaku usaha yang tidak mengerti pentingnya sertifikasi halal sehingga tidak dapat menghasilkan apa yang diharapkan, maka pengabdian melakukan beberapa metode untuk bisa membantu hasil perekonomian masyarakat. Metode yang digunakan dalam metode pengabdian kepada masyarakat ini dengan cara Asset Based Community Development (ABCD). Dengan tujuan ABCD adalah membangun kemandirian dan kapasitas UMKM dengan mengembangkan sumber daya yang sudah ada secara berkelanjutan. Hasil kegiatan ini adalah peningkatan omset pendapatan UMKM, yang awalnya langsung dijual ke pasar, sekarang bisa menjadi lebih menarik. Sehingga mempunyai tampilan yang bagus untuk dijual sebagai oleh-oleh.

Kata kunci : sertifikasi halal, *digital marketing*, *asset base community development*

LATAR BELAKANG

Pengabdian masyarakat merupakan salah satu bentuk pembelajaran yang mengintegrasikan kegiatan pengabdian kepada masyarakat, di mana sekelompok mahasiswa berperan aktif dalam upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekaligus mencerdaskan kehidupan bangsa. Pelaksanaan pengabdian ini meliputi beragam aktivitas, seperti penyuluhan, pelatihan, kursus, maupun bentuk kegiatan serupa yang bertujuan mengembangkan pengetahuan, keterampilan, kreativitas, dan karakter masyarakat sasaran. Salah satu bentuk kontribusi nyata dalam pengabdian ini adalah mendukung pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). (Laia 2022)

Di Desa Traktakan, Kecamatan Wonosari, Kabupaten Bondowoso, UMKM memegang peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi. Usaha mikro, kecil, dan

menengah mampu mengisi kebutuhan pasar lokal, menyerap tenaga kerja, serta menjadi penggerak produktivitas daerah. Namun, hingga kini para pelaku UMKM masih dihadapkan pada sejumlah kendala mendasar, seperti terbatasnya akses permodalan, keterbatasan sumber daya manusia, dan minimnya pemahaman terhadap regulasi penting, termasuk persyaratan sertifikasi produk. Sertifikasi halal tidak hanya sekadar memenuhi ketentuan hukum, tetapi juga memperkuat citra dan kredibilitas produk, membuka akses ke pasar modern maupun ekspor, serta meningkatkan kepercayaan konsumen. (Rahman, M., & Nurhayati 2022)

Fakta menunjukkan bahwa tingkat kesadaran dan kemampuan UMKM dalam mengurus sertifikasi halal masih tergolong rendah. Hambatan yang dihadapi mencakup rumitnya prosedur, tingginya biaya, serta keterbatasan informasi teknis. Karena itu,

diperlukan pendekatan yang menggabungkan sosialisasi intensif dan pendampingan secara bertahap. Sosialisasi ini sebaiknya dirancang berdasarkan kebutuhan riil para pelaku UMKM.

Dalam konteks ini, kegiatan pengabdian yang mengintegrasikan sosialisasi sertifikasi halal dengan pembelajaran pemasaran digital melalui pendekatan ABCD diyakini akan lebih efektif. Mengingat pelaku UMKM memiliki karakteristik beragam dan setiap wilayah memiliki aset lokal yang berbeda, pendekatan adaptif seperti ABCD memungkinkan penyusunan modul pelatihan yang sesuai dengan kebutuhan dan potensi setempat, serta mempermudah replikasi di komunitas lain. Kontribusi ilmiah pengabdian ini meliputi (1) melakukan sosialisasi sertifikasi halal + digital marketing berbasis ABCD yang praktis dan replikatif; (2) membantu membuat logo dan banner pada pelaku UMKM (3) Membantu dalam pemanfaatan teknologi digital marketing dan pembuatan WA Bussines beserta katalog mencapai jangkauan pemasaran yang luas.

A. Sertifikasi Halal dan Pengaruhnya terhadap UMKM

Sertifikasi halal sangat penting bagi UMKM. Berdasarkan penelitian terbaru, produk yang bersertifikat halal meningkatkan kepercayaan konsumen, baik Muslim maupun non-Muslim. Akan tetapi masih banyak pelaku UMKM menganggap proses sertifikasi rumit dan belum sepenuhnya mengerti prosedur administratifnya.

B. Digital Marketing dalam UMKM

Penerapan digital marketing memunculkan dampak positif terhadap brand recognition dan penjualan produk lokal. Contohnya, kajian di e-journal STAI Al-Maliki menekankan efektivitas pelatihan praktik (pembuatan konten visual, pemanfaatan media sosial) dalam meningkatkan engagement pelanggan dan efisiensi biaya

pemasaran.(Oktafianto, Yuliana, and Hikmah Perkasa 2024)

C. Pendekatan ABCD (*Asset Based Community Development*)

Pendekatan ABCD telah banyak dibahas dalam kajian pemberdayaan komunitas. Fokus utama adalah pemetaan dan mobilisasi aset lokal seperti keterampilan, jejaring sosial, institusi lokal, dan motivasi internal, bukan limpahan eksternal. Jurnal Focus (Najamudin and Al Fajar 2024)

D. Integrasi Ketiga Elemen: Halal, Digital Marketing, ABCD

Beberapa kajian pengabdian lapangan mengatakan bahwa perpaduan antara sosialisasi sertifikasi halal, pelatihan digital marketing, dan pendekatan ABCD terbukti meningkatkan efisiensi dan keberlanjutan intervensi. (Kumalasari 2023) mencontohkan kasus pendampingan digitalisasi UMKM dengan pendekatan ABCD, yang terbukti meningkatkan adopsi digital serta keterlibatan komunitas secara signifikan.

Maksud dari strategi ini adalah menegaskan bahwa pendampingan yang menyeluruh bukan hanya soal memberi pelatihan teknis, tetapi juga memanfaatkan potensi dan kekuatan yang sudah ada di masyarakat. Pendekatan seperti ini bisa memberi manfaat yang lebih besar dan bertahan lama bagi UMKM. Selama ini, penelitian tentang sertifikasi halal, pemasaran digital, atau metode ABCD memang sudah banyak dilakukan secara terpisah, tetapi jarang ada yang menggabungkannya secara sistematis.

METODE PELAKSANAAN

Metode pengabdian yang digunakan, yaitu Asset Based Community Development (ABCD), adalah pendekatan yang menitikberatkan pada pemanfaatan aset dan potensi yang sudah ada di dalam masyarakat. Dengan metode ini, fokusnya bukan pada

kekurangan atau masalah yang ada, melainkan pada kekuatan yang dimiliki oleh komunitas itu sendiri. Tujuan utama ABCD adalah membangun kemandirian dan kapasitas UMKM dengan mengembangkan sumber daya yang sudah ada secara berkelanjutan. Pendekatan ini sangat sesuai dengan pemberdayaan UMKM karena mendorong mereka untuk tumbuh dan berkembang dari dalam, sehingga perubahan yang terjadi dapat bertahan lama dan lebih berdampak. (Perwira et al. 2025)

Pelaksanaan kegiatan ini terbagi menjadi beberapa tahapan:

1. Identifikasi Aset: Tahap awal adalah mengidentifikasi UMKM yang menjadi mitra pengabdian. Tim pengabdian akan berinteraksi dengan para pelaku UMKM untuk memahami kebutuhan dan potensi mereka terkait pemasaran digital dan sertifikasi halal.
2. Perencanaan Program: Berdasarkan hasil identifikasi, tim pengabdian bersama UMKM merencanakan program sosialisasi yang relevan, berfokus pada dua aspek utama yaitu peningkatan kapasitas pemasaran melalui digital marketing dan peningkatan nilai jual produk melalui sertifikasi halal.
3. Implementasi dan Evaluasi: Tahap ini mencakup pelaksanaan program dan evaluasi dampaknya. Tim pengabdian memberikan pelatihan praktis kepada UMKM yang terdiri dari pembuatan akun WhatsApp Business, penentuan titik lokasi di Google Maps, dan pemasangan *banner* serta penyerahan logo. Selain itu, diberikan juga materi mengenai prosedur pengajuan sertifikasi halal dan manfaatnya. Selama dan setelah implementasi, tim pengabdian melakukan monitoring dan pendampingan untuk memastikan UMKM dapat menerapkan materi tersebut. Evaluasi

dilakukan untuk mengukur peningkatan penjualan atau kesadaran akan sertifikasi halal sebagai indikator keberhasilan program.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Pengabdian

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Traktakan, Kecamatan Wonosari, Kabupaten Bondowoso, difokuskan pada pengembangan UMKM melalui sosialisasi sertifikasi halal dan pelatihan digital marketing dengan pendekatan Asset Based Community Development (ABCD). Hasil pelaksanaan program dapat dirinci sebagai berikut:

1. Identifikasi Aset UMKM

Pada tahap awal dilakukan pemetaan potensi utama pelaku UMKM dengan terjun langsung ke lokasi yang telah dipilih. Pemilihan tersebut didasarkan pada keterampilan pengolahan produk berbasis bahan baku lokal yang relatif mudah memenuhi standar halal. Kami memilih empat UMKM, yaitu Aneka Keripik Bu Jon, Keripik Singkong Pak Zaenal, Kerupuk Ibu Shella, dan Tempe Pak Zuhan. Untuk pemasarannya, keempat UMKM tersebut masih terbatas di wilayah Kecamatan Wonosari, dengan cakupan pelanggan yang sempit karena hanya mengandalkan pemasaran lokal. Dukungan juga diberikan oleh perangkat desa dan tokoh masyarakat untuk keberlanjutan program pengabdian ini.

2. Sosialisasi Sertifikasi Halal

Pada hari Rabu 30 Juli 2025 kami melaksanakan kegiatan sosialisasi sertifikasi halal UMKM yang berlokasi di balai Desa Traktakan. Setelah melaksanakan sosialisasi, 90% pelaku UMKM memahami alur pengajuan sertifikasi halal melalui BPJPH, termasuk dokumen yang diperlukan. Pada sesi tanya jawab warga sangat antusias untuk bertanya mengenai proses pendaftaran sertifikasi halal

UMKM tersebut. Tim Pengabdian hanya mendampingi sosialisasi sertifikasi halal UMKM saja.

3. Pelatihan Digital Marketing

Tim pengabdian membantu empat pelaku UMKM yang telah dipilih untuk membuat akun WhatsApp Business dan mengoptimalkan fitur katalog produk. Selain itu, tim juga membantu pembuatan titik lokasi di Google Maps untuk mempermudah akses konsumen. Langkah ini terbukti memudahkan pelanggan menemukan lokasi usaha serta meningkatkan interaksi pemesanan secara daring.

4. Pembuatan Logo dan Benner

Tim pengabdian membantu pembuatan logo dan banner usaha sebagai identitas merek (*brand identity*) yang dapat memperkuat citra produk di mata konsumen. Dengan adanya logo dan banner, produk menjadi lebih mudah dikenali dan memiliki pembeda yang jelas dari pesaing. Beberapa pelaku UMKM menyampaikan bahwa logo dan banner tersebut membantu mereka membangun kesan profesional serta memudahkan konsumen mengingat merek dan tempat rumah produksi.

5. Pemasangan Benner dan Penyerahan logo.

Pada tanggal 7 Agustus 2025, tim pengabdian mendatangi pelaku UMKM satu per satu untuk melakukan pemasangan banner di lokasi usaha masing-masing, sekaligus menyerahkan logo usaha yang telah dibuat sebelumnya. Kegiatan ini dilakukan sebagai tindak lanjut dari pelatihan dan pendampingan sebelumnya, dengan tujuan memperkuat identitas merek serta meningkatkan visibilitas usaha. Para pelaku UMKM terlihat antusias menyambut pemasangan banner dan penyerahan logo, karena merasa usaha mereka kini memiliki tampilan yang lebih profesional dan mudah dikenali oleh konsumen.

B. Pembahasan

Pendekatan Asset-Based Community Development (ABCD) pertama kali dikenalkan

oleh John McKnight dan Jody Kretzmann pada awal 1990-an sebagai sebuah metode pemberdayaan masyarakat yang berfokus pada potensi, bukan pada kekurangan (McKnight, 2017). Tidak seperti pendekatan konvensional yang cenderung menyoroti permasalahan, ABCD menekankan pentingnya menggali dan memanfaatkan aset yang dimiliki komunitas, baik dalam bentuk keterampilan individu, sumber daya alam, maupun jejaring sosial. Model ini mengedepankan partisipasi aktif dari seluruh elemen masyarakat, termasuk kelompok yang selama ini sering terpinggirkan seperti perempuan, anak-anak, lansia, dan penyandang disabilitas. Pelibatan menyeluruh ini mendorong terciptanya rasa memiliki serta tanggung jawab bersama dalam proses pembangunan, sehingga memperkuat kemampuan masyarakat untuk mengatasi tantangan secara mandiri dan menciptakan solusi yang berkelanjutan. (Najamudin and Al Fajar 2024)

Dengan menggunakan pendekatan tersebut kami para pengabdian masyarakat di Desa Traktakan Kecamatan Wonosari Kabupaten Bondowoso telah melaksanakan satu fokus utama pengabdian yaitu terhadap pengembangan UMKM.



Gambar 1. Sosialisasi sertifikasi Halal

Langkah awal kami yaitu mengadakan sosialisasi sertifikasi halal yang berhasil meningkatkan pemahaman hingga 90% pelaku UMKM membuktikan bahwa edukasi yang tepat dan kontekstual sangat penting dalam

mengatasi hambatan administratif dan persepsi yang mungkin selama ini menghalangi pelaku usaha untuk mendaftarkan produk mereka. Kegiatan ini tidak hanya memberikan informasi teknis, tetapi juga membangun kesadaran kolektif akan pentingnya sertifikasi halal dalam memperkuat kepercayaan konsumen dan daya saing produk di pasar yang semakin kompetitif.

Selanjutnya, Pelatihan digital marketing yang menitikberatkan pada pemanfaatan WhatsApp Business dan Google Maps merupakan model transfer teknologi tepat guna yang dapat diterima oleh pelaku UMKM dengan latar belakang literasi digital yang terbatas. Ini menjadi bukti bahwa pembangunan kapasitas tidak harus selalu rumit, melainkan dapat dimulai dengan teknologi sederhana yang berdampak nyata terhadap kemudahan pemasaran dan transaksi daring.

Saat ini, pemasaran digital (digital marketing) menjadi strategi yang sangat potensial dan berkembang pesat di Indonesia. Pemasaran digital memberikan dampak signifikan bagi perkembangan UMKM. Dengan jangkauan yang luas dan biaya promosi yang lebih hemat, UMKM dapat meningkatkan penjualan dan membangun kesadaran merek. Oleh karena itu, penting bagi para pelaku UMKM untuk memanfaatkan strategi digital yang efektif agar dapat memaksimalkan penjualan dan promosi produk mereka. (Prasetya et al. 2025)



Gambar 2. Pemasangan Benner dan Penyerahan Logo

Terakhir, keberhasilan pemasangan banner dan penyerahan logo secara langsung

memberikan sentuhan personal dalam pemberdayaan UMKM, sekaligus memperkuat rasa kepemilikan dan motivasi pelaku usaha untuk terus mengembangkan usahanya. Pendampingan yang berkelanjutan dan perhatian terhadap detail seperti ini menjadi kunci dalam mendorong UMKM tidak hanya bertahan, tetapi juga tumbuh dan beradaptasi di tengah dinamika pasar.

Secara keseluruhan, kombinasi sosialisasi, pelatihan teknologi sederhana, dan penguatan branding yang diterapkan secara komprehensif dan berbasis pada aset lokal telah memberikan hasil yang menggembirakan. Pendekatan ini dapat menjadi model pengembangan UMKM yang berkelanjutan, terutama di wilayah desa dengan karakteristik serupa, memadukan peningkatan kapasitas individu dengan penguatan jaringan sosial dan komunitas sebagai modal utama pembangunan ekonomi lokal.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Traktakan, Kecamatan Wonosari, Kabupaten Bondowoso, berhasil menunjukkan bahwa pendekatan Asset Based Community Development (ABCD) efektif dalam memberdayakan UMKM melalui tiga aspek utama: sosialisasi sertifikasi halal, pelatihan digital marketing, dan penguatan branding usaha.

Pertama, sosialisasi sertifikasi halal mampu meningkatkan pemahaman hingga 90% pelaku UMKM tentang prosedur pengajuan sertifikasi, yang membuktikan pentingnya edukasi teknis yang sederhana dan kontekstual. Kedua, pelatihan digital marketing dengan memanfaatkan fitur WhatsApp Business dan Google Maps terbukti menjadi langkah praktis dalam memperluas jangkauan pemasaran dan mempermudah interaksi dengan konsumen. Ketiga, pembuatan serta pemasangan logo dan

banner mampu memperkuat identitas merek (brand identity) UMKM, meningkatkan profesionalitas, serta memudahkan produk dikenal oleh masyarakat luas.

Secara keseluruhan, kegiatan ini menegaskan bahwa kombinasi antara sosialisasi, transfer teknologi sederhana, dan penguatan branding berbasis aset lokal dapat meningkatkan daya saing UMKM secara berkelanjutan. Model pengabdian ini dapat dijadikan contoh replikatif bagi desa atau komunitas lain dengan karakteristik serupa, karena mampu mengintegrasikan kekuatan internal masyarakat dengan strategi pemberdayaan yang adaptif dan relevan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terimakasih kepada seluruh anggota KKN posko 19 UIN KHAS Jember yang telah berkontribusi dan membantu penulisan maupun pendanaan pengabdian dan publikasi ilmiah ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada ibu Ravika Mutiara Savitrah, SE.,M.S.AK selaku dosen pembimbing lapangan (DPL) yang dengan penuh kesabaran dan keikhlasan telah membantu mengoreksi serta memberikan arahan dalam penulisan laporan dan publikasi ilmiah ini. Tanpa bantuan dan partisipasi semua pihak, penulisan ini tidak akan terlaksana dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Kumalasari, Devi. (2023). "Pengembangan UMKM Untuk Meningkatkan Penghasilan Melalui Digital Marketing Di Dusun Karangnongko Desa Sumberagung Kecamatan Plosoklaten Kediri." *Solidaritas: Jurnal Pengabdian* 2 (2): 189–98.
- Laia, Bestari. (2022). "Sosialisasi Dampak Kegiatan Kuliah Kerja Nyata Di Desa (Studi: Desa Sirofi)." *Haga: Jurnal*

Pengabdian Kepada Masyarakat 1 (2): 74–84.

- Najamudin, Fachrul, and Adam Hafidz Al Fajar. (2024). "Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Sumber Daya Lokal Melalui Pendekatan Abcd Untuk Mencapai Sdg 1: Tanpa Kemiskinan." *Focus: Jurnal Pekerjaan Sosial* 7 (2): 142–58.
- Oktafianto, Rizqi, Lingga Yuliana, and Didin Hikmah Perkasa. (2024). "Peran Digital Marketing Dalam Mendorong Pertumbuhan UMKM Di Era Digitalisasi: Studi Pada UMKM Di Kabupaten Kudus." *Multidisipliner Knowledge* 2:1–13.
- Perwira, Marshall Yudha, Mei Liasaroh, Muminatus Sholichah, Putri Lailatul Zuria, and Arisa Rahmawati Zakiyah. (2025). "Pemberdayaan Umkm Melalui Sertifikasi Halal Dan Pemasaran Produk Halal Desa Petok." *Jurnal Pengabdian UMKM* 4 (1): 23–32.
- Prasetya, Eka, Karina Zahra, Nur Adawiyah Harahap, Pitri Aulia, and Usman Lubis. (2025). "Analysis of the Impact of Digital Marketing on the Success of MSMEs Businesses in the Digital Era ANALISIS DAMPAK DIGITAL MARKETING TERHADAP KEBERHASILAN USAHA UMKM DI ERA DIGITAL." *Eka Prasetya Journal of Management Studies* / 249MBEP 11 (1): 249–57.
- Rahman, M., & Nurhayati, P. (2022). "Dampak Sertifikasi Halal Terhadap Peningkatan Penjualan UMKM Di Makassar." *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* 7 (2): 112–25.