

---

## Meningkatkan Kesadaran Halal Melalui Kegiatan Sosialisasi Terhadap UMKM Desa Pangalengan

Cupian<sup>1</sup>, Sarah Annisa Noven<sup>2</sup>

Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Padjadjaran,  
Kabupaten Sumedang, Indonesia<sup>1,2</sup>



Email Korespodensi: [sarah17@unpad.ac.id](mailto:sarah17@unpad.ac.id)

### INFO ARTIKEL

#### Histori Artikel:

Diterima 07-12-2025

Disetujui 17-12-2025

Diterbitkan 19-12-2025

#### Katakunci:

*Kesadaran halal;  
Sertifikasi halal;  
Sosialisasi UMKM;*

### ABSTRAK

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran dan pemahaman halal pelaku UMKM di Desa Pangalengan melalui kegiatan sosialisasi dan edukasi terkait konsep produk halal, manfaat sertifikasi halal, serta prosedur perolehannya. Kesadaran halal merupakan aspek penting dalam pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), Namun, tingkat kepemilikan sertifikat halal di kalangan pelaku UMKM masih relatif rendah akibat keterbatasan literasi, minimnya sosialisasi, serta anggapan bahwa proses sertifikasi halal rumit. Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan deskriptif melalui kegiatan sosialisasi langsung dan pengumpulan data menggunakan kuesioner yang diisi oleh pelaku UMKM. Kegiatan dilaksanakan pada Januari 2025 di Balai Desa Pangalengan dengan melibatkan aparat desa, tokoh masyarakat, dan pelaku UMKM setempat. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman pelaku UMKM terkait aspek kehalalan produk, di mana 95% responden memahami definisi produk halal, 87% mengetahui manfaat sertifikat halal, dan 65% mampu memastikan kehalalan bahan serta proses produksi. Meskipun demikian, pemahaman terkait masa berlaku sertifikat halal dan prosedur sertifikasi masih perlu ditingkatkan. Kegiatan sosialisasi ini memberikan dampak positif dalam meningkatkan literasi halal serta mendorong kesiapan UMKM untuk mengikuti proses sertifikasi halal. Oleh karena itu, kegiatan pendampingan berkelanjutan dan kolaborasi antara perguruan tinggi, pemerintah desa, dan lembaga terkait sangat diperlukan untuk memperkuat pengembangan UMKM halal di pedesaan.

### Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Cupian, C., & Noven, S. A. (2025). Meningkatkan Kesadaran Halal Melalui Kegiatan Sosialisasi Terhadap UMKM Desa Pangalengan. Aksi Kita: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 1(6), 2230-2236. <https://doi.org/10.63822/2w8f7622>

## PENDAHULUAN

Label halal bertujuan untuk menunjukkan bahwa produk yang bersangkutan memiliki status produk halal sebagai pernyataan kehalalan produk dengan pencantuman logo halal. Untuk membubuhkan label halal pada sebuah kemasan, kita membutuhkan sertifikat halal terlebih dahulu yang bertujuan untuk meyakinkan konsumen bahwa produk yang mereka konsumsi adalah halal. Dengan adanya label halal pada kemasan produk, konsumen dapat yakin bahwa produk yang dikonsumsi adalah halal (Cupian, dkk. 2023). Pencantuman label halal sarana informasi dari produsen ke konsumen mengenai produk yang akan dijualnya, sehingga konsumen benar - benar mengetahui bahan-bahan apa saja yang digunakan, termasuk bahan tambahan yang tertera di kemasan.

Tingkat kesadaran masyarakat terhadap produk UMKM cukup tinggi, hal ini menunjukkan ketelitian masyarakat sebelum mengonsumsi suatu produk. Beragam alasan akan kesadaran pentingnya produk halal adalah kewajiban agama, keamanan dan pemahaman serta sifat selektif terhadap konsumsi suatu barang (Tri Wahyuni, 2022). Indonesia dengan penduduk mayoritas beragama Islam tidak dapat dipungkiri bahwa kehalalan suatu produk menjadi hal yang mutlak, terlebih semakin pentingnya kesadaran halal yang berkembang menjadi sebuah gaya hidup sehingga masyarakat merasa aman dengan adanya label halal yang tertera pada produk yang akan ia konsumsi.

Berbanding terbalik dengan kesadaran masyarakat, pelaku UMKM masih belum optimal dalam menyertakan label halal pada produk mereka. Kesadaran mereka cukup tinggi hanya saja dalam penelitian Hirawati, dkk 2023 menyebutkan bahwa pelaku cukup mengalami kesulitan untuk memperoleh sertifikat halal karena minimnya literasi untuk proses mendaftar hingga label halal terbit. Kurangnya pengetahuan ini juga akibat minimnya sosialisasi terkait proses sertifikasi, informasi terkait biaya dan prosedural yang dianggap rumit serta minimnya pendampingan dari penyelia halal. Pemerintah terus berupaya mengembangkan upaya untuk peningkatan jumlah label produk halal melalui bertambahnya jumlah pendampingan halal yang ditujukan untuk UMKM di Indonesia.

Program sosialisasi yang dilakukan oleh perguruan tinggi ikut mendukung program pemerintah dengan aktif memberikan literasi terhadap masyarakat akan pentingnya produk halal bagi masyarakat, serta memperkenalkan beragam manfaat dan proses pemahaman halal secara menyeluruh. Hal ini diharapkan mampu mendukung dan membantu UMKM dapat memahami dan mengurus sertifikasi halal dengan mudah. Kurangnya kesadaran dan kepemilikan sertifikat halal di kalangan UMKM dapat menghambat pertumbuhan usaha mereka (Muhammad Nizar & Antin Rakhmawati, 2022). Konsumen Muslim, yang merupakan mayoritas penduduk Indonesia, semakin sadar akan pentingnya mengonsumsi produk halal (Agusty & Muttaqin, 2022). Oleh karena itu, UMKM yang tidak memiliki sertifikat halal akan kehilangan potensi pasar yang besar (Fadhilah Dian Azmi & Pratiwi Tami, 2021).

Kegiatan ekonomi masyarakat pedesaan masih identik dengan Usaha mikro kecil menengah, UMKM sebagai sektor penggerak ekonomi di bidang informal dengan jumlah terbesar di Indonesia menurut data Kementerian Koperasi dan UKM tahun 2025. menurut Surepno, sa'diyah, 2022 untuk mewujudkan UMKM yang berkembang berdasar literasi syariah, masyarakat tidak hanya bergantung kepada jumlah modal, tetapi juga mengetahui peranan dalam menjalankan usaha berdasarkan prinsip muamalah dengan memastikan produk halal dengan sertifikatnya, pelatihan produksi syariah, hingga komunitas produk halal.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui secara empiris dampak sosialisasi kesadaran halal terhadap perkembangan UMKM Desa Pangalengan. Kegiatan ini sangat dibutuhkan oleh masyarakat mengingat

belum optimalnya literasi masyarakat terkait kesadaran produk halal. Dan diharapkan kegiatan memberikan kontribusi dalam meningkatkan literasi masyarakat.

## METODE PELAKSANAAN

Menguraikan metode pelaksanaan pengabdian yang dilakukan adalah dengan menggunakan metode analisis deskriptif dengan melakukan survey pengisian kuisioner terhadap masyarakat Desa Pangalengan. Kegiatan yang dilakukan adalah sosialisasi kepada masyarakat desa di Balai Desa Pangalengan bersama kepala desa dan tokoh masyarakat, kemudian pelaku UMKM selaku peserta melakukan pengisian kuisioner terkait literasi syariah dan produk halal. Populasi dan Sampel dalam penelitian ini adalah pelaku UMKM di Desa Pangalengan yang mayoritas banyak bergerak di bidang usaha pertanian, seperti hasil sayur, susu, makanan, dan kerajinan tangan. Hasil ini kemudian dijadikan sebagai cendera mata khas dari Desa Pangalengan. Responden dari penelitian adalah individu yang menjalankan usaha UMKM dengan teknik pengumpulan data melalui pengisian kuisioner secara daring dan tatap muka langsung dengan responden. Kuisioner terdiri dari pertanyaan terstruktur untuk mengetahui literasi terkait produk halal secara umum pada masyarakat yang menjalankan UMKM.



**Gambar 1.** Sosialisasi Keuangan Syariah kepada Masyarakat

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian Masyarakat dilakukan dengan Topik “Literasi dan Sosialisasi Kesadaran Produk Halal terhadap UMKM Desa Pangalengan” dilaksanakan tanggal 13 Januari 2025 di Balai Desa Pangalengan Jawa Barat. Kegiatan dihadiri oleh Kepala desa, masyarakat desa yang memiliki kegiatan UMKM, dan dilakukan sosialisasi serta tanya jawab terhadap masyarakat terkait produk halal, proses mendapatkan label halal serta manfaat label produk halal bersama tim Prodi Ekonomi Islam Universitas Padjadjaran Bandung. Deskripsi statistik objek penelitian ini ditujukan kepada masyarakat pelaku UMKM Desa Pangalengan. Dengan jumlah responden 82 persen perempuan dan 18 persen laki-laki, dengan rentang usia 26 tahun hingga 69 tahun. Rata-rata pendidikan yang ditamatkan adalah 52% tamatan SMA/SMK dan 20% SMP dan D3/S1 sebesar 28%. Kegiatan sosialisasi berlangsung dengan penjelasan terkait pemahaman produk halal,

memastikan kriteria produk halal dan sosialisasi produk halal untuk meningkatkan penjualan dalam produksi UMKM di Pangalengan.

**Tabel 1. Solusi dan pengabdian**

Masalah	Solusi	Luaran
Masyarakat sudah mengetahui definisi produk halal sebanyak 95 persen, sisanya tidak mengetahui dengan lengkap apa saja kategori yang diharamkan dalam produk halal.	Pendampingan penyuluhan apa itu produk halal, bukan hanya hasil akhir dari produk yang halal tetapi dimulai dari proses produksi, penyimpanan dan distribusi yang terhindar dari unsur haram dan najis	SOP sesuai UU no. 33 Tahun 2024 tentang jaminan produk halal
Sebanyak 65,2 persen pelaku UMKM Desa pangalengan mengetahui cara memastikan produk yang dijual adalah halal sesuai kriteria, sisanya 21,7 persen tidak mengetahui dan 13 persen masih ragu-ragu.	Analisa produk yang dijual dari bahan-bahan yang digunakan, proses pengolahan dan distribusi sesuai kriteria halal. Tidak menggunakan babi dan turunan, alkohol dan bahan yang tidak sesuai syariat.	Materi sosialisasi dan penulisan akademik
Sebanyak 90 persen mengetahui bahwa label halal dikeluarkan oleh lembaga resmi yaitu MUI dan sisanya ragu-ragu	Sosialisasi terhadap masyarakat bahwa lembaga resmi yang menerbitkan label halal adalah MUI. Pemberi fatwa halal dengan pemeriksaan Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) kemudian MUI menetapkan kehalalan produk dan di periksa LPH (Lembaga Pemeriksa Halal).	Proses alur sertifikasi produk halal
Sebanyak 47 persen mengetahui bahwa label halal memiliki masa berlaku sedangkan 40 persen tidak mengetahui serta 13 persen masih ragu-ragu terkait hal tersebut	Sosialisasi bahwa label halal memiliki masa berlaku selama 4 tahun sepanjang tidak ada perubahan pada proses bahan baku, produksi, komposisi dan fasilitas produksi. Pelaku usaha wajib memperpanjang sertifikat sebelum masa berlaku habis. Hal ini berguna untuk menjaga kehalalan berkelanjutan	Materi sosialisasi dan penulisan akademik UU no. 33 tahun 2014
Sebanyak 65 persen pelaku UMKM Desa mampu menyebutkan produk yang	Melakukan sosialisasi terhadap kualifikasi bahan-bahan yang digunakan dari yang	

Masalah	Solusi	Luaran
sering digunakan dalam produksi serta menjamin kepastian kehalalannya, sedangkan 35 persen dalam kondisi ragu-ragu	paling mudah diidentifikasi dan dipastikan halal adalah produk hasil pertanian seperti beras, jagung, singkong dll selama tidak tercemar dalam proses pencemarannya, kemudian produk hewan dipastikan disemblih sesuai syariat Islam. Produk olahan dipastikan tidak memakai bahan tambahan seperti perisa, pengawet, dll jika menggunakan bahan tambahan perlu perhatian khusus terkait risiko yang akan ditimbulkan seperti olahan susu, yogurt dll agar dapat pendampingan halal dari penyelia halal.	Materi sosialisasi dan penulisan akademik
Sebanyak 44 persen mengetahui proses sertifikasi halal dan cara memperolehnya sedangkan 22 persen tidak mengetahui sisanya 34 persen ragu-ragu	Sosialisasi terkait perolehan sertifikasi halal dengan menyiapkan syarat-syarat dokumen seperti NIB, Daftar produk, bahan dan didampingi penyelia halal. Diajukan pendaftaran melalui SIHALAL yang akan dipandu oleh penyelia halal (self declare) untuk pelauk UMKM dengan proses tradisional	Materi sosialisasi dan penulisan akademik
Sebanyak 65 persen pelaku UMKM mendapatkan edukasi terkait proses produksi halal sedangkan 17 persen tidak mendapatkan edukasi dan 18 persen ragu-ragu	Pihak Universitas melakukan sosialisasi dan edukasi terkait tujuan kehalalan produk untuk menjamin kehalalan dan kepatuhan terhadap SJPH dan mendukung kelulusan UMKM untuk sertifikasi halal	Materi sosialisasi dan penulisan akademik
Sebanyak 56 persen mengetahui cara membedakan produk halal dan non halal di pasar desa dan 21 persen tidak mengetahui serta 23 persen ragu-ragu	Melakukan edukasi dengan pengecekan label halal resmi dari BPJPH, Jika tidak ada keterangan mengecek komposisi bahan dan nama produsen. Serta kembali membagi produk dalam risiko rendah tercemar bahan haram seperti hasil pertanian, risiko sedang seperti sosis, naget, dll serta bisa menanyakan kepada penjual bahan-bahan pembuatan barang jadi.	Materi sosialisasi dan penulisan akademik

Masalah	Solusi	Luaran
Desa Pangalengan memiliki komunitas atau kelompok yang mendukung penyediaan label halal bagi produk, sebanyak 58 persen mengikuti, sedangkan sisanya ragu-ragu dan tidak mengikuti sebanyak 21 persen.	Sosialisasi manfaat ekonomi dengan komunitas promosi produk halal adalah peningkatan kepercayaan konsumen, memperluas pasar dan mendorong UMKM terus berkembang.	Materi sosialisasi dan penulisan akademik
Sebanyak 87 persen pelaku UMKM mengetahui manfaat dari perolehan sertifikat halal dan sebanyak 13 persen ragu-ragu.	Sosialisasi manfaat ekonomi dengan komunitas promosi produk halal adalah peningkatan kepercayaan konsumen, memperluas pasar dan mendorong UMKM terus berkembang.	Materi sosialisasi dan penulisan akademik

## KESIMPULAN

Perkembangan kegiatan Sosialisasi UMKM di desa Pangalengan berjalan dengan lancar untuk mendukung literasi kesadaran produk halal masyarakat. Masyarakat desa yang mayoritas beragama Islam sangat lekat dengan penerapan prinsip syariah dan berbasis halal dalam pengembangan kegiatan UMKM. Upaya sosialisasi adalah langkah yang diambil oleh kalangan akademisi untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terkait produk halal. Desa Pangalengan menjadi tujuan dalam peningkatan ekonomi syariah dengan mayoritas beragama Islam dan sangat berpotensi besar dalam mengembangkan produk UMKM berbasis syariah. Dukungan aparatur desa sangat membantu keberlanjutan proyek pengabdian masyarakat untuk memberikan dampak positif dalam ekonomi.

Saran untuk tindak lanjut kegiatan adalah dengan membentuk tim kecil di desa yang menjadi penghubung antara masyarakat dan lembaga-lembaga dengan edukasi produk lokal untuk pendampingan membuat label halal. Kemudian aparat desa dan tokoh masyarakat memfasilitasi pelatihan sertifikasi halal bebas biaya atau bersubsidi untuk pelaku UMKM desa. Masyarakat bersama-sama terlibat seperti tokoh agama, penyuluh agama Islam, PKK, dan karang taruna dalam penyebaran informasi halal.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Tim penulis mengucapkan terima kasih kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam – Universitas



Padjadjaran dan masyarakat Desa Pangalengan yang telah berpartisipasi dalam kegiatan pengabdian ini sehingga terlaksana dengan baik.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adamsah, B., Ganjar, D., & Subakti, E. (2022). Perkembangan industri halal terhadap pertumbuhan ekonomi manusia. *Indonesia Journal of Halal*, 5(1), 71–75. <https://ejournal2.undip.ac.id/index.php/ijh/article/view/14416>
- Agusty, L. E., & Muttaqin, A. A. (2022). Analisis pengaruh label halal, kesadaran halal, dan persepsi atas produk halal dalam pembelian kosmetik halal. *Islamic Economics and Finance in Focus*, 1(4), 373–387. <http://dx.doi.org/10.21776/ieff.2022.01.4.08>
- Cupian, Khalila Jasmine, Aufa. (2023). Analisis Pengaruh Harga, Strategi Promosi, Label Halal, dan Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare (Studi Kasus Mahasiswa Muslim Bandung Raya). Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Padjadjaran.
- Fadhilah, D. A., & Pratiwi, T. (2021). Strategi pemasaran produk UMKM melalui penerapan digital marketing. *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 12, 97–116.
- Hendratmoko, 2021. FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KINERJA UMKM DI INDONESIA. DOI:10.33476/jobs.v2i1.1782. March 2021 Jurnal Orientasi Bisnis dan Entrepreneurship (JOBS) 2(1):50-65
- Hirawati Oemar, Endang Prasetyaningsih, Siti Zakiah Abu Bakar, Djamaludin Djamaludin1, Anis Septiani. (2023). Awareness and intention to register halal certification of micro and small-scale food enterprises. [https://f1000research.com/articles/11-170?utm\\_source.com](https://f1000research.com/articles/11-170?utm_source.com)
- Hukum, F., Muhamadiyah, U., & Utara, S. (2020). Pengembangan produk halal dalam memenuhi gaya hidup halal (halal lifestyle). *Iuris Studia: Jurnal Kajian Hukum*, 1(1), 14–20. <https://doi.org/10.55357/is.v1i1.16>
- Khairunnisa, D. (2023). Pentingnya industri halal produk makanan di Kalimantan Barat pada pendengar setia Radio Prokom FEBI IAIN Pontianak. *Ecology*, 1(1), 15–22. <http://ejournal.iainptk.ac.id/index.php/ecology/article/view/1894>
- Nizar, M., & Rakhmawati, A. (2022). Tantangan dan strategi pemasaran produk halal di Indonesia. *Malia (Terakreditasi)*, 13(1), 123–140. <https://doi.org/10.35891/ml.v13i1.2872>
- Otoritas Jasa Keuangan, 2013
- Otoritas Jasa Keuangan (OJK), Strategi Nasional Literasi Keuangan, Revisit 2017, Jakarta: t.p 2018.
- Surepno, Siti Halimatus sa'diyah. 2022. TINGKAT LITERASI KEUANGAN SYARIAH PELAKU UMKM DAN PENGARUHNYA TERHADAP PERKEMBANGAN UMKM DI KECAMATAN JEPARA. Akuntansi Syariah, Institut Agama Islam Negeri Kudus. <https://doi.org/10.30605/asetia.v1i1.145>
- Tambunan, Tulus. 2002. Usaha Kecil dan Menengah di Indonesia: Beberapa Isu Penting. Jakarta : Salemba.
- Tri Wahyuni, Miti Yarmunida, Debby Arisandi. (2022). Kesadaran Halal Masyarakat terhadap Produk UMKM Makanan di Kota Bengkulu. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 22(3), Oktober 2022, 1376-1382. Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat universitas Batanghari Jambi ISSN 1411- 8939 (Online), ISSN 2549-4236 (Print) DOI 10.33087/jiubj.v22i3.2473
- UKMIndonesia.id. Kementerian Koperasi dan UKM RI