Pelatihan Sertifikasi Halal dan Promosi Digital Sebagai Upaya Peningkatan Kualitas UMKM Desa Tanjungan

Rachmania Widya Ningrum[1], Devi Riska Rahmawati[2], M Fathurroziq[3]
[1]Program Studi Tadris Matematika, Universitas KH Abdul Chalim Mojokerto
[2]Ekonomi Syariah, Universitas KH Abdul Chalim Mojokerto
[3]Ilmu Quran dan Tafsir, Universitas KH Abdul Chalim Mojokerto
e-mail: rachmaniawidya0@gmail.com

Abstrak
Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Desa Tanjungan, Mojokerto, Jawa Timur dengan tujuan untuk meningkatkan kapasitas pelaku UMKM melalui Pelatihan serifikasi halal dan promosi digital. Sasaran kegiatan adalah pelaku UMKM yang telah memiliki produk tetapi belum memiliki label halal. Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan *Asset-Based Community Development* (ABCD) yang didasarkan pada pemberdayaan asset masyarakat. Tahapan ABCD meliputi 5 tahap yaitu Inkulturasi, *Discovery, Design, Define*, dan *Reflection*. Kegiatan dilakukan dalam bentuk seminar dan praktik langsung pembuatan akun pada aplikasi Sie Halal serta pelatihan promosi digital. Hasil kegiatan menunjukan peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam memahami pentingnya sertifikasi halal dan strategi promosi digital. Beberapa pelaku usaha berhasil dalam membuat akun Sie Halal dan mempraktikkan pembuatan konten digital sederhana. Namun, tantangan utama yang dihadapi adalah kompleksitas administrasi sertifikasi halal dan keterbatasan literasi digital bagi peserta berusia lanjut. Oleh karena itu, pendampingan lanjutan dari pihak kampus dan Lembaga mitra diperlukan untuk menjaga keberlanjutan program.

Kata kunci: UMKM, Sertifikat Halal, Promosi Digital, ABCD, Pemberdayaan Masyarakat

Abstract
The community service activity was conducted in Tanjung Village, Mojokerto, East Java, to enhance the capacity of MSME actors through halal certification strategies and digital promotion. The target participants were MSME operators who already possessed products but had not yet obtained halal certification labels. The implementation method employed an Asset-Based Community Development (ABCD) approach, which is grounded in the empowerment of community assets. The ABCD process comprises five stages: Inculturation, Discovery, Design, Define, and Reflection. The activities were conducted in the form of seminars and hands-on practice in creating accounts on the Sie Halal application, alongside digital marketing training. The results indicated an improvement in participants' knowledge and skills regarding the significance of halal certification and digital promotion strategies. Several business actors successfully created Sie Halal accounts and practiced producing basic digital content. However, the primary challenges encountered included the complexity of halal certification administration and limited digital literacy among older participants. Therefore, continued mentoring from the university and partner institutions is essential to ensure the sustainability of the program

Keywords: *UMKM, Halal Certification, Digital Marketing, Asset-Based Community Development (ABCD) Approach, Community Empowerment*

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam memperkuat struktur ekoomi nasional, khususnya di wilayah pedesaan. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM (2022), lebih dari 64 juta UMKM berkontribusi terhadap 61% Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan menyerap lebih dari 97% tenaga kerja. Meski demikian, masih banyak UMKM di Indonesia yang menghadapi kendala dalam hal legalitas produk, strategi pemasaran, dan adopsi teknologi digital (Limanseto, 2025). Salah satu tantangan utama yang dihadapi pelaku UMKM di pedesaan adalah kurangnya pemahamans terkait pentingnya sertifikasi halal, padahal aspek ini

memiliki peran strategis dalam meningkatkan kepercayaan konsumen. Bagi pelaku UMKM, adanya jaminan kehalalan pada produk mereka dapat meningkatkan produksi, karena produk mereka lebih dipercaya oleh konsumen muslim. Dengan demikian sertifikat halal dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan loyalitas terhadap produk UMKM (Syafrida S, 2017)

Desa Tanjungan di Kabupaten Mojokerto merupakan salah satu wilayah dengan potensi UMKM yang cukup tinggi. UMKM mulai berkembang di tiga dusun yang ada di desa Tanjungan, seperti makanan ringan, olahan tradisional, warung kebutuhan harian dan lainnya. Namun, semakin berkembangnya UMKM tersebut, ternyata masih memiliki tantangan dalam hal pemasaran. Tantangan yang paling menonjol adalah belum adanya sertifikasi halal. Sehingga hal ini membuat pemasaran tidak menjangkau pasar yang lebih besar dikarenakan kurangnya kepercayaan konsumen terhadap suatu produk. Meskipun demikian, masyarakat dan para pelaku usaha sadar akan pentingnya label halal. Konsumen yang dahulunya tidak mempertimbangkan adanya label halal, saat ini sudah mulai selektif dalam memilih produk. Mereka cenderung menolak produk yang tidak memiliki label halal. Selain itu adanya kampanye kesadaran akan pentingnya kehalalan produk dalam berbagai media yang semakin marak dan mengubah pola pikir masyarakat akan pentingnya produk halal (Febriyani, dkk, 2022).

Selain itu, rendahnya pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran produk, padahal saat ini kita sedang berada dalam transformasi teknologi yang mengubah pola perilaku konseumen secara sigmifikan (Chaffey& Ellis-Chadwick, 2019; Ryan, 2019; Pristiwa, dkk 2026). Dalam hal ini kurangnya kemampuan pengelolaan digital marketing produk membuat pelaku usaha enggan untuk mengembangkan produknya. Meningkatkan usaha kecil dan menengah melalui pelatihan, bimbingan, akses dana, serta pembentukan kerja sama dengan mitra. Pemasaran digital memberi kesempatan besar bagi usaha kecil untuk memperluas pasar tanpa harus menghabiskan uang banyak. Media sosial, *marketplace*, dan *platform* digital lainnya memungkinkan berinteraksi langsung dengan pembeli serta membuat produk lebih mudah dilihat dan dikenal (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019). Oleh karena itu, integrasi antara pemanfaatan serfitikat halal dan kemampuan pemasaran digital menjadi sangat penting dalam mengembangkan produk yang berkelanjutan.

Bentuk pemberdayaan bagi pengusaha UMKM adalah dengan memberikan akses untuk pelatihan, bimbingan, dan dukungan. informasi yang diperlukan untuk mendapatkan sertifikasi halal. Ini akan membantu mereka memenuhi permintaan konsumen semakin memilih produk yang mereka konsumsi dengan lebih hati-hati. Pemberdayaan UMKM akan membantu para pengusaha meningkatkan kemampuan mereka dalam memproduksi barang, terutama dalam jumlah yang lebih banyak maupun kualitas. Hal ini sejalan dengan penelitian (Puspita, N., dkk 2022; Perwira, M., dkk, 2025; Supriatiningsih, dkk 2026) dimana pemberdayaan yang tepat dan peningkatan pemahaman dan kemampuan melalui pelatihan dapat meningkatkan daya saing UMKM serta mendorong transformssi usaha menuju model bisnis yang berkelanjutan di era digital. Dengan memperkuat usaha kecil dan menengah, warga Desa Tanjungan bisa meningkatkan kondisi ekonomi mereka, pendapatan mereka, sehingga kesejahteraan ekonomi masyarakat bisa meningkat.

Melalui program pengabdian ini, tim berupaya mengatasi permasalahan tersebut melalui pendekatan *Asset-Based Community Development* (ABCD), dengan menitikberatkan pada pengembangan aset lokal, pelatihan sertifikasi halal, dan promosi digital. Tim pengabdian KKN ingin memberikan informasi kepada masyarakat mengenai proses sertifikasi produk halal dan digitalisasi produk sesuai informasu yang diberikan di atas. Tujuan pengabdian masyarakat ini untuk meningkatkan pemasaran UMKM di desa Tanjungan melalui Pelatihan Sertifikasi Halal dan Digitalisasi Produk.

METODE

Adapun metode yang digunakan dalam mengidentifikasi masalah adalah ABCD (*Asset-Based Community Development*) yang dimulai dengan beberapa tahapan. ABCD (*Asset-Bassed Community Deveplomen*t) adalah sebuah paradigma dalam melakukan pengabdian masyarakat. Prinsip pendekatan ABCD adalah bahwa semuanya mengarah kepada konteks pemahaman dan internalisasi serta pengembangan aset, potensi, kekuatan, dan pemberdayaguna secara mandiri dan maksimal (Zainudin dan Nuraini, 2020; Setyawan, W. H., dkk, 2022; LPPM UAC, 2025). Metode ini melibatkan lima langkah utama yaitu *inkulturasi, Discovery, Dream, Design, dan Reflection*.

Pada tahap inkulturasi, tim pengabdi membangun hubungan sosial yang kuat dengan masyarakat seperti mengikuti aktivitas guna memahami nilai, kebiasaan dan pola interaksi warga dalam berkomunikasi. Pada tahap discovery, tim menggali dan mengidentifikasi asset yang dimiliki oleh masyarakat, baik asset komunitas, alam, maupun ekonomi. Kemudian ditemukan asset potensial seperti pelaku usaha makanan ringan dan lainnya. Pada tahap dream, tim menggali harapan pelaku usaha terkait kemajuan usaha yang dimilikinya. Proses tersebut memastikan program sesuai dengan kebutuhan dan keinginan mitra. Pada tahap design, tim merancang beberapa kegiatan yang mampu untuk meningkatkan kepercayaan dan pengembangan dari UMKM desa Tanjungan yang kemudian di fokuskan di sertifikasi halal produk makanan dan digitalisasi pemasaran. Perencaan dilakukan secara fleksibel dan disesuika dengan kemampuan serta ketersediaan waktu masyarakat agar program dapat dijalankan secara paritsipatif. Pada tahap akhir yaitu Reflection, tim melaksanakan program kerja yang telah disusun melalui pelatihan dan pendampingan dilanjut dengan evaluasi program dan dampak yang diterima oleh masyarakat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Desa Tanjungan merupakan salah satu desa pariwisata di bagian utara Kabupaten Mojokerto. Desa Tanjungan terdiri dari 3 dusun, yaitu Tanjungan, Sukomulyo, dan Jeruk. Desa Tanjungan terletak di dataran rendah dan berbatasan dengan lahan Perhutani Kemlagi di sisi utara, berbatasan dengan Desa Mojokumpul di sisi Selatan, berbatasan dengan Desa Mojorejo (Kemlagi) di sisi barat dan berbatasan dengan desa Mojorejo (Jetis). Desa Tanjungan memiliki sekitar 3059 jiwa yang secara umum mata pencaharian penduduknya dapat dikelompokkan dalam beberapa sektor, seperti pertanian, perhutanan, jasa, dan pariwisata. Mayoritas penduduknya bekerja sebagai petani, buruh harian lepas, pengrajin bangunan, pedagang kelontong. Tim mulai dengan inkulturasi dan *mapping* untuk mengetahui kondisi desa. Setelah tahap Inkulturasi, tim melanjutkan dengan *transect* (penelusuran wilayah). Berdasarkan proses tersebut, ditemukan beberapa potensi yang positif melalui FGD dengan masyarakat, perangkat dan tokoh penting desa.



Gambar 1 FGD dengan masyarakat dan perangkat desa

Dilakukan juga wawancara dengan pendekatan apresiatif dimana masyarakat berbagi pengalaman positif yang mereka alami dan hal-hal yang mereka percayai memiliki potensi pengembangan lebih lanjut. Terungkap bahwa terdapat pelaku usaha yang sudah menjalankan usaha kecil tersebut seperti pengolahan makanan ringan, minuman herbal, dan keripik berbahan sederhana, belum memiliki strategi pengembangan yang matang dan hanya sekedar diteruskan oleh generasi setelahnya tanpa mempertimbangkan *scale up* yang lebih. Keterbatasan pengetahuan dalam pengemasan, belum memiliki sertifikasi usaha, belum terbuka dengan produk bersertifikasi halal, serta kesulitan memasarkan produk ke luar desa. Informasi tersebut menjadi sangat penting dalam perencanaan program, karena membantu mengidentifikasi area yang memiliki potensi kenaikan ekonomi, namun masih memerlukan peningkatan kapasitas. Dari pendekatan tersebut, tim menemukan 14 pelaku usaha yang ada di desa Tanjungan dan tersebar di tiga dusun. UMKM yang difokuskan adalah UMKM yang bergerak dalam produksi makanan.



Gambar 2 Transek dan Wawancara

Pelaksanaan program menunjukkan bahwa pendekatan ABCD efektif dalam menggali, potensi lokal sekaligus menumbuhkan kemandirian pelaku UMKM. Melalui tahap *discovery*, masyarakat dapat mengidentifikasi kekuatan utama berupa produk lokal seperti olahan makanan. Tahap *dream* dan *design* mendorong partisipasi masyarakat dalam merumuskan cita-cita bersama, yaitu menciptakan UMKM yang legal, produktif, dan seperti kemampuan memperluas pemasaran menggunakan teknologi. Tim melakukan pemetaan potensi dan kendala yang mungkin dihadapi selama program berlangsung. Potensi yang ditemukan meliputi peserta pelatihan yang semangat belajar, beberapa pelaku usaha sudah menggunakan media sosial, dan adanya dukungan dari perangkat desa. Kemudian kendala yang ditemukan meliputi sebagian warga tidak memahami teknologi digital dengan baik, beberapa tempat tidak memiliki akses internet terbaik, dan tidak semua pelaku usaha memiliki legalitas dasar seperti NIB. Setelah dilakukan pemetaan, tim menyusun pelatihan yang mudah dipahami, materi dibuat dalam bentuk workshop yang edukatif, dan pemateri yang sangat berpengalaman. Pemateri yang didatangkan ada dua, yaitu pemateri untuk sertifikasi Halal dari LPPM kampus dan Duta UMKM Jawa timur di tahun 2024.



Gambar 3 Pemateri Halal dari Duta UMKM Jawa Timur 2024



Gambar 4 Pemateri Sertifikasi Halal oleh perwakilan LPPM UAC

Dalam pelatihan promosi digital pada tanggal 23 Juli 2025 dengan tema Membangun Brand Digital Berbasis Potensi Lokal, peserta belajar membuat konten promosi melalui media sosial seperti *Facebook*, *Instagram*, *WhatsApp Business* maupun Shopee. Pelatihan ini dihadiri oleh pelaku usaha yang ada di desa Tanjungan, ketua kelompok tani dari setiap dusun dan kepala

desa, serta beberapa tokoh masyarakat lainnya. Selain pemaparan digitalisasi, terdapat juga pemaparan mengenai bahan-bahan untuk produk UMKM yang dapat membantu dalam proses sertifikasi halal dengan sistem *self declare*. Sementara pada sesi sertifikasi halal juga dilakukan di hari yang sama, peserta diperkenalkan pada sistem pendaftaran melalui aplikasi Sie Halal milik BPJPH (BPJPH, 2023). Sejalan dengan Penelitian Ananda (Ananda, dkk 2025), yang menyatakan bahwa peserta pelatihan menyadari pentingnya sertifikasi halal untuk meningkatkan kepercayaan pasar. Peserta belajar bagaimana pentingnya mempunyai sertifikat halal pada produk mereka. Peserta sangat aktif dalam tanya jawab dalam pelatihan dan memastikan bahwa produk mereka bisa dan layak untuk ditingkatkan pada sertifikat halal. Selain itu peserta juga semakin semangat untuk mengembangkan produk yang mereka rintis maupun membuat produk inovasi baru. Selain itu, kegiatan ini sangat efektif dan mendorong semangat para pelaku usaha untuk melanjutkan promosi dengan konten digital. Tim melakukan pendampingan dalam mempromosikan produk melalui konten modern dengan mengambil sudut pandang sebagai *influencer*. Proses tersebut terlaksana sekitar 4 hari, mulai dari proses *shooting* hingga proses *posting* untuk sekitar 12 UMKM yang telah berhasil terdaftar.



Gambar 5 Pendampingan Pendaftaran melalui aplikasi sie Halal



Gambar 6 Pendampingan Mempromosikan Produk dengan Konten Modern

Namun, keterbatasan kemampuan teknologi serta kompleksitas dokumen sertifikasi menjadi tantangan utama. Selain itu, menjaga semangat dan konsistensi peserta dalam proses, pasca kegiatan menjadi tantangan sendiri. Beberapa UMKM mulai kesulitan melanjutkan langkah-langkah tanpa adanya pendampingan individual. Oleh karena itu, keberlanjutan kegiatan membutuhkan pendampingan lanjutan oleh kampus dan dukungan dari lembaga pemerintah seperti MUI dan Dinas Koperasi. Dengan meningkatnya perhatian pemerintah terhadap digitalisasi UMKM dan potensi besar mengelola produk lokal desa Tanjungan membuka ruang kolaborasi untuk memperluas jangkauan pasar dan memperkuat branding lokal berbasis desa. Meskipun demikian, terdapat beberapa potensi ancaman yang perlu diantisipasi, diantaranya keterbatasan akses teknologi, pelaku usaha yang berada di usia 45-55 tahun, belum meratanya kepemilikan perangkat digital di kalangan pelaku UMKM. Berikut merupakan Ringkasan Catatan Lapangan selama Kegiatan Pelatihan.

Tabel 1. Ringkasan Catatan Lapangan Kegiatan

Aspek	Temuan Lapangan	Keterangan
Partisipasi Peserta	Sebanyak 18 pelaku UMKM aktif mengikuti pelatihan.	Meyoritas peserta perempuan usia 30 – 55 tahun
Pemahaman Sertifikasi Halal	Peserta memahami pentingnya sertifikat halal	Masih kesulitan pada tahap administrasi.
Promosi Digital	Peserta mampu membuat akun media social bisnis dan hanya 12 pelaku usaha yang berhasil	Butuh pendampingan lanjutan untuk konten rutin.
Kendala Teknis	Kesulitan mengakses aplikasi Sie Halal	Diperlukan bimbingan individu pasca kegiatan

SIMPULAN

Program pengabdian di Desa Tanjungan telah berhasil meningkatkan pemahaman pelaku UMKM terkait sertifikasi halal dan promosi digital. Pendampingan Sertifikasi halal membantu pelaku usaha memahami pentingnya memenuhi standar kehalalan dalam produk mereka, sementara pendampingan sertfikasi melibatkan bantuan praktis dalam menghadapi proses sertifikasi yang kompleks. Selain itu, pelatihan promosi digital membuka peluang baru dalam pemasaran produk secara *online* (lebih luas), sementara pelatihan promosi konten modern dan media social memberikan keterampilan praktis yang diperlukan dalam bersaing di pasar digital. Dengan memanfaatkan potensi teknologi dan pemasaran digital, UMKM di desa Tanjungan telah berhasil memperluas jangkauan pasaran produk mereka dan meningkatkan daya saing. Namun, untuk menjaga keberlanjutan hasil kegiatan, diperlukan kolaborasi antara kampus, pemerintah desa, dan lembaga mitra dalam bentuk pendampingan berkelanjutan. Pemberdayaan generasi muda desa sebagai pendamping digital juga menjadi strategi penting agar UMKM dapat terus berkembang secara mandiri. Pengabdian ini diharapkan dapat menjadi referensi penting untuk pengembangan pemberdayaan UMKM di wilayah lain, sehingga memberikan dampak positif terhadap pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat secara umum.

SARAN

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, direkomendasikan agar program pelatihan serupa dapat terus dilakukan dengan materi yang lebih dalam dan beragam. Pelatihan lanjutan bisa difokuskan pada pengembangan desain kemasan yang lebih rumit, pembuatan produk baru yang inovatif, serta peningkatan mutu kemasan dan produk agar produk lebih bersaing di pasaran. Selain itu, dibutuhkan bantuan yang lebih sering dalam hal pemasaran digital, terutama dalam mengelola media sosial secara profesional, membuat caption iklan, mengunggah katalog via *WhatsApp*, menggunakan *marketplace*, serta merancang strategi branding dan menentukan harga yang sesuai. Ini penting agar peserta tidak hanya bisa membuat produk, tetapi juga bisa menjual produk secara terus-menerus dan dengan hasil yang baik. Bagi pihak terkait, seperti pemerintah daerah atau institusi pendidikan, diharapkan dapat memberikan bantuan berupa bantuan penyelenggaraan pelatihan, akses dana, serta pembukaan jaringan pemasaran yang lebih luas. Dukungan itu akan sangat membantu masyarakat dalam membangun usaha secara berkelanjutan dan meningkatkan kontribusi terhadap perekonomian setempat.

UCAPAN TERIMA KASIH

Dukungan dari pihak kampus menjadi bekal utama bagi tim pelaksana dalam merancang, melaksanakan, hingga mengevaluasi seluruh program pengabdian kepada masyarakat ini. Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kami sampaikan kepada Universitas KH. Abdul Chalim atas kepercayaan, fasilitas, serta bimbingan yang diberikan selama proses kegiatan berlangsung. Kami juga menyampaikan apresiasi kepada Pemerintah Desa Tanjungan dan seluruh masyarakat desa yang telah menerima kami dengan tangan terbuka. Keramahan warga serta semangat gotong royong yang kami rasakan selama berada di desa menjadi pengalaman yang sangat berarti dan mendalam. Ucapan terima kasih khusus kami tujukan kepada para pelaku UMKM, perangkat desa, serta warga yang terlibat langsung dalam pelaksanaan program, terutama dalam kegiatan pelatihan

promosi digital dan sertifikasi halal sehingga pengabdian masyarakat ini dapat berjalan dengan lancar dan baik.

DAFTAR PUSTAKA

Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH). (2023). Panduan Sertifikasi Halal untuk UMKM. Jakarta: Kementerian Agama RI

Caffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice*. Pearson.

Supriatiningsih, S., Darwis, H., Santoso, I., Prambudi, B., & Nusantara, T. S. (2026). Digitalisasi UMKM melalui pelatihan pemasaran online di PCA Matraman. Jurnal Abdi Masyarakat Multidisiplin, 5(1), 29–34

Febriyani, D., Elsa, &Nawawi, M. (2022). Penguatan UMKM Upaya Peningkatan Industri Halal Di Indonesia. Tazkiyya: Jurnal Keislaman, Kemasyarakatan dan Kebudayaan Vol 23, 13-22.

Lian Fuad, Aulia Ferlinda Windi Lestari, Fiqih Aqilla Ekowidi, Ilham Nur Yahya, Khoirotun Nisa' Azzahro, Wahyu Nindar Diah Permata Santi, … Ahmad Mansur. (2024). Peningkatan Sertifikasi Halal dan Pelatihan Digital Marketing pada UMKM Desa Pesawahan Probolinggo. Bumi: Jurnal Hasil Kegiatan Sosialisasi Pengabdian Kepada Masyarakat, 2(2), 07–15. https://doi.org/10.61132/bumi.v2i2.193

Limanseto, Haryo. (2025). Pemerintah Dorong UMKM Naik Kelas, Tingkatkan Kontribusi terhadap Ekspor Indonesia. Siaran Pers. Diunduh dari *https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/6152/pemerintahdorong-umkm-naik-kelas-tingkatkan-kontribusi-terhadap-ekspor-indonesia*

LPPM UAC. (2025). Buku Pedoman Kuliah Kerja Nyata: *Asset Based Community-Development* (ABCD). Universitas KH. Abdul Chalim

Perwira, M Y., Liasaroh, M., Sholichah, M., Zuria, P. L., & Zakiyah, A. R. (2025). Pemberdayaan UMKM Melalui Sertifikasi Halal dan Pemasaran Produk Halal Desa Petok. Jurnal Pengabdian UMKM 4(1). 23-32

Pristiwa, N., Fitri, A., G, Harbiyah., Chudri, Intan., Ramiady, L., & Nilazarni. (2026). Pelatihan Kreativitas Dekorasi Puding dan Optimalisasi Pemasaran Digital Sebagai Upaya Peningkatan Pendapatan Masyarakat. Jurnal Medika, 5(2), 2039-2042.

Puspita, N. F., Zuchrillah, D. R., Hamzah, A., Pudjiastuti, L., & Ningrum, E. O. (2023). Sosialisasi Pengurusan Nomor Induk Berusaha (NIB) sebagai Dokumen Awal Sertifikasi Halal. Sewagati, 7(2), 158–166. https://doi.org/10.12962/j26139960.v7i2.435

Ryan, D. (2016). *Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies for Engaging the Digital Generation*. Kogan Page.

Ananda, Seha., Santoso, Heru Teguh., Adelia, Tresya Dela., ….. (2025). Digital Marketing UMKM: Meningkatkan Penjualan melalui Media Sosial dan Pengurusan Sertifikat Halal di Kelurahan Bangsal Kota Kediri. (2025). *Proceedings of The National Conference on Community Engagement*, *2*, 741-747.

Setyawan, W. H., Mansur, Rahayu, B., & dkk. (2022). Aset Based Community Development (ABCD). Samarinda: PT. Gaptek Media Pustaka.

Syafrida. (2017). Sertifikat Halal pada Produk Makanan dan Minuman Memberi Perlindungan dan Kepastian Hukum Hak-hak Konsumen Muslim. *Jurnal Hukum*, 159-174

Zainuddin, A., & Nuraini, R. (2020). Implementasi Pendekatan ABCD Dalam Pemberdayaan Masyarakat. Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 5(1), 10 -18.