Pemberdayaan Industri Rumah Tangga @MamaElykitchen: Sinergi Legalitas Usaha, Sertifikasi Halal, dan Digitalisasi Pemasaran

Lina Jamilah[1], Kania Nurcholisah[2], Reni Amaranti[3]
[1)] Program Doktor Ilmu Hukum, Fakultas Hukum,
Universitas Islam Bandung
[2)] Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Universitas Islam Bandung
[3)] Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik,Universitas Islam Bandung
e-mail: lina.jamilah62@gmail.com
kania.nurcholisah@unisba.ac.id
amarantireni@gmail.com

Abstract
Analisis Situasi Industri Rumah Tangga (IRT) merupakan salah satu pilar penggerak ekonomi masyarakat. Namun, banyak IRT pelaku usaha yang menghadapi hambatan dalam pengembangan usahanya, terutama terkait aspek legalitas, sertifikasi halal, dan pemasaran digital. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk memberdayakan Ibu Rumah Tangga (IRT) pelaku usaha mikro melalui pendampingan dalam tiga aspek utama, yaitu legalitas usaha, sertifikasi halal, dan pemasaran digital. Permasalahan yang dihadapi mitra adalah keterbatasan pengetahuan mengenai legalitas dan prosedur sertifikasi halal, serta kurang optimalnya pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran produk. Metode pelaksanaan meliputi sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan intensif kepada IRT. Hasil kegiatan pada program ini adalah peningkatan dalam pengetahuan dan keterampilan pelaku Industri Rumah Tangga (IRT) dalam mengurus perizinan usaha dari aspek administrative untuk memperoleh Nomor Induk Berusaha (NIB), menyiapkan dokumen yang diperlukan untuk mendapatkan sertifikasi halal, dan mengimplementasikan pemasaran digital melalui sosial media dengan membuat konten promosi yang menarik konsumen. Kegiatan ini dapat menumbuhkan motivasi dan kemandirian pelaku usaha untuk keberlanjutan usaha halal yang memiliki daya saing tinggi. Sinergitas antara legalitas usaha, kehalalan, dan digitalisasi pemasaran mampu meningkatkan posisi Industri Rumah Tangga menjadi bagian dari ekonomi halal yang modern dan kompetitif.

Kata Kunci: Pemberdayaan, IRT, Sertifikasi halal, legalitas usaha, Pemasaran digital, UMKM halal

Abstract
This Community Service Activity (CSA) aims to empower housewives who are micro-business owners through assistance in three main aspects, namely business legality, halal certification, and digital marketing. The problems faced by partners are limited knowledge of legality and halal certification procedures, as well as suboptimal use of digital technology in product marketing. The implementation methods include socialization, training, and intensive mentoring for IRT. The results of this program are an increase in the knowlegde and skills of Home Industry actors in managing business licensing from an administrative aspect to obtain a Business Identification Number (NIB), preparing the necessary documents to obtain halal certification, and implementing digital marketing through social media by creating promotional content that attracts consumers. This activity can foster motivation and independence among business actors for the sustainability of halal business with high competitiveness. The synergy between business legality, halal certification, and digital marketing can enhance the position of home industries as part of a modern and competitive halal economy.

Keywords: Empowerment, IRT, halal certification, business legality, digital marketing, halal SMEs.

PENDAHULUAN
Analisis Situasi Industri Rumah Tangga (IRT) merupakan salah satu pilar penggerak ekonomi masyarakat. Namun, banyak IRT pelaku usaha yang menghadapi hambatan dalam pengembangan usahanya, terutama terkait aspek legalitas, sertifikasi halal, dan pemasaran digital. Legalitas usaha dan sertifikasi halal merupakan syarat penting agar produk dapat diterima pasar yang lebih luas, khususnya pasar halal. Selain itu, perkembangan teknologi digital membuka peluang baru bagi IRT dalam meningkatkan akses pasar, tetapi keterbatasan literasi digital menjadi kendala yang harus diatasi. Oleh

karena itu, kegiatan PKM ini dirancang untuk memberikan solusi melalui pendampingan yang terintegrasi, sehingga dapat meningkatkan keberlanjutan usaha halal yang dijalankan IRT.
Berdasarkan analisis situasi yang ada, sebagian besar pelaku UMKM, khususnya industri rumah tangga (IRT) @MamaElykitchen, masih menghadapi berbagai kendala dalam mengembangkan usahanya. Permasalahan yang dominan antara lain belum dimilikinya legalitas usaha yang sah, keterbatasan pemahaman mengenai prosedur dan manfaat sertifikasi halal, serta minimnya kemampuan dalam memanfaatkan pemasaran digital untuk memperluas jangkauan pasar. Kondisi ini menyebabkan daya saing UMKM, terutama yang bergerak di sektor makanan dan minuman, menjadi rendah dan sulit bersaing baik di tingkat lokal maupun nasional.

Selain itu, meningkatnya kesadaran konsumen terhadap produk halal menuntut pelaku UMKM untuk mampu menjamin kehalalan produk yang dihasilkan melalui sertifikasi halal resmi. Di sisi lain, masih banyak IRT yang belum memahami pentingnya legalitas dan sertifikasi tersebut sebagai bentuk perlindungan hukum sekaligus sarana peningkatan kepercayaan konsumen. Dengan demikian, diperlukan program Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) yang berfokus pada pemberdayaan IRT melalui pendampingan legalitas usaha, sertifikasi halal, dan strategi pemasaran digital agar UMKM mampu berkembang secara berkelanjutan, meningkatkan kesejahteraan keluarga, serta berkontribusi dalam penguatan ekonomi umat.

Kondisi terdapatnya industri rumah tangga (IRT), masih menghadapi kendala dalam meningkatkan daya saing usaha. Permasalahan utama yang muncul Adalah belum memilikinya legalitas usaha seperti NIB atau aijin usaha lainnya sehingga keberlangsungan usaha masih rentan secara hukum, disisi lain IRT perlu dibekali dengan mengetahuan mengenai prosedur maupun manfaatnya untuk meningkatkan kepercayaan konsumen serta pelunya pemanfaatan digital marketing dalam upaya untuk meningkatan dan memperluas volume pemasaran industri Rumah Tangga. Pemberdayaan adalah proses meningkatkan kapasitas, kemandirian, dan daya saing kelompok masyarakat agar mampu memenuhi kebutuhan hidup dan mengambil keputusan secara mandiri (Hasanah & Mubarok, 2020; Widodo & Anisa, 2020). Pendekatan ini sering dilakukan melalui pelatihan, pendampingan, serta fasilitasi akses legalitas dan pasar. Pada konteks UMKM, pemberdayaan berarti membantu pelaku usaha agar lebih kompetitif, berdaya saing, dan berkelanjutan. Pemberdayaan diartikan sebagai proses peningkatan kapasitas individu atau kelompok agar memperoleh kemampuan teknis, administratif, dan ekonomi untuk bertindak mandiri dan meningkatkan kesejahteraan (Hasanah & Mubarok, 2020). Dalam konteks UMKM dan program pengabdian, pemberdayaan melibatkan transfer pengetahuan (mis. prosedur legalitas, tata kelola produksi), penguatan kapasitas pemasaran, serta fasilitasi akses sertifikasi dan pasar (Widodo & Anisa, 2020; (Nurullailya Shulhah et al., 2024)). Studi-studi PKM menunjukkan bahwa intervensi terstruktur — yang menggabungkan pelatihan kelompok, pendampingan individu, serta penyediaan template/dokumen — efektif meningkatkan kemampuan pelaku usaha untuk menyelesaikan proses administratif dan meningkatkan praktik produksi (Putra et al., 2024). Dengan demikian, pemberdayaan bukan sekadar pendidikan singkat, melainkan rangkaian kegiatan yang membangun kemandirian dan keberlanjutan usaha.

Industri Rumah Tangga (IRT) berperan penting dalam menggerakkan UMKM karena mereka sering mengelola usaha berbasis rumah tangga, khususnya di sektor makanan dan kerajinan. Penelitian menunjukkan bahwa pemberdayaan IRT melalui akses pengetahuan, sertifikasi halal, serta pemasaran digital dapat meningkatkan pendapatan keluarga sekaligus mendorong partisipasi perempuan dalam ekonomi halal (Nurullailya Shulhah et al., 2024); (Khadijatul Harahap, 2025).Industri Rumah Tangga (IRT) sering merupakan bentuk awal wirausaha keluarga—terutama di sektor pangan—yang memiliki keterbatasan modal, pengetahuan regulasi, dan akses pasar (Nurullailya et al., 2024)). Karakteristik IRT meliputi produksi skala kecil, proses domestik, penggunaan bahan lokal, dan pemasaran tradisional (mulut ke mulut, pedagang lokal). (Abdullah et al., 2023)Penelitian lapangan di berbagai daerah (mis. studi desa/kecamatan dan laporan PKM) menegaskan bahwa banyak IRT belum memiliki label, izin produksi (P-IRT/SPP-IRT), maupun dokumen pendukung untuk sertifikasi halal(Junaidi et al., 2023) sehingga rentan terhadap pembatasan akses pasar dan masalah keamanan pangan (ejournal UIN/penelitian lokal; (Rafi & Fitriana Sari, 2024) 2024; (Ratna Dewi Setyowati , 2024)). Oleh karena itu, desain intervensi PKM bagi IRT harus mempertimbangkan pendekatan bertahap, modul pelatihan praktis, dan pendampingan administratif langsung.

Dalam meningkatkan kepatuhan syariah dan Jaminan terkait dengan produk, Pengabdian kepada Masyarakat ini memberikan fasilitas lain dalam pendampingan pembuatan sertifikasi Halal.

Sertifikat halal adalah instrumen yang menjamin keamanan, kebersihan, dan kepatuhan syariah suatu produk (Ahmad & Hussain, 2019). Bagi UMKM, sertifikasi halal meningkatkan kepercayaan konsumen,(WAHAB et al., 2025) memperluas akses pasar, serta menjadi syarat masuk ke rantai pasok global (Ramli & Hidayat, 2018; (Utama et al., 2025a)). Namun, hambatan seperti biaya, kurangnya pemahaman regulasi, dan keterbatasan informasi masih sering ditemui (R. Indra, 2023; R. D. Setyowati, 2024).

Sertifikasi halal menjadi indikator formal bahwa produk memenuhi persyaratan keagamaan, keamanan, dan manajemen rantai pasok tertentu (Yuliana et al., n.d.)(Aguilika et al., 2025).Penelitian empiris menunjukkan beberapa efek positif sertifikasi halal bagi UMKM: meningkatkan kepercayaan konsumen, membuka akses pasar (termasuk pasar muslim niche dan rantai pasok formal), dan meningkatkan citra/branding produk (Fadillah Wahyu Rizki et al., 2023) (Ahmad & Hussain, 2019; Hibatul Hasanah et al., 2023). Namun, literatur juga mengidentifikasi hambatan utama adopsi sertifikasi halal oleh UMKM/IRT: biaya, prosedur administratif yang kompleks, kurangnya dokumentasi bahan baku, dan rendahnya pemahaman akan manfaat jangka panjang (Oemar et al., 2022)(Utama et al., 2025b) Studi yang memprioritaskan hambatan (mis. menggunakan AHP/Fuzzy AHP) menunjukkan pentingnya mengidentifikasi dan mengatasi hambatan administratif serta biaya melalui skema pendanaan, simplifikasi proses (mis. self-declare/SEHATI) dan pendampingan intensif.

Disisi lain,hal penting yang perlu untuk didampingi adalah terkait dengan jaminan legalitas usaha.Legalitas usaha, seperti Nomor Induk Berusaha (NIB) dan izin edar, adalah fondasi utama keberlanjutan UMKM(El Ula Khaidar Alifika et al., 2025). Legalitas tidak hanya melindungi pemilik usaha secara hukum, tetapi juga membuka peluang memperoleh sertifikasi halal dan akses permodalan (Nugraha & Suryani, 2019; (Nufaisa et al., 2024)). Pendampingan legalitas terbukti mempercepat proses pendaftaran dan meningkatkan kredibilitas usaha (P. Putra, 2024).

Legalitas usaha (NIB, P-IRT/SPP-IRT, izin edar) adalah fondasi formal yang memungkinkan UMKM beroperasi secara sah, mengakses program pemerintah, mendapatkan perbankan/penjaminan, dan melanjutkan proses sertifikasi halal. Penelitian dan pedoman teknis (BPOM, OSS) menegaskan bahwa banyak IRT belum teregistrasi karena keterbatasan informasi, kompleksitas prosedur, dan biaya administrasi (BPOM pedoman SPP-IRT; OSS panduan; Nugraha & Suryani, 2019). Intervensi PKM yang menargetkan legalitas biasanya meliputi: sosialisasi manfaat legalitas, bantuan pengisian OSS/NIB, fasilitasi pembuatan P-IRT, dan pemberian template dokumen; bukti lapangan menunjukkan bahwa pendampingan praktis mempercepat proses dan meningkatkan uptake legalitas (Putra, 2024(Dakwah dan Pengembangan Masyarakat Desa et al., 2023)). Legalitas juga memudahkan audit verifikasi halal karena dokumentasi usaha lebih teratur.

Dalam meningkatkan keberlangsungan usaha, Pengabdian kepada Masyarakat ini mencoba mempersiapkan aspek teknologi untuk meningkatkan pemasaran produk melalui Digital pemasaran.Digitalisasi pemasaran (digital marketing) memungkinkan UMKM menjangkau konsumen lebih luas dengan biaya rendah melalui media sosial, marketplace, dan website ((Kamil & Ridlo, 2024) (Thoha et al., 2024)Bagi produk halal, digital marketing juga berperan sebagai sarana edukasi tentang pentingnya sertifikasi halal dan sebagai strategi branding (Puddin & Si, 2020) M. A. Asmara et al., 2025). Integrasi sertifikasi halal dengan pemasaran digital terbukti meningkatkan daya saing UMKM di pasar lokal maupun global (Hibatul Hasanah et al., 2023).Digital marketing menyediakan jalur distribusi dan promosi yang cost-effective untuk UMKM/IRT: marketplace, media sosial, WhatsApp Business, dan strategi konten/branding digital.(Wiweko & Anggara, 2025) Studi literatur dan empiris menunjukkan bahwa pelatihan digital marketing meningkatkan visibilitas penjualan, memperbaiki manajemen order, dan memberi akses pasar (Deku et al., 2024)baru jika diikuti dengan praktik sederhana (foto produk menarik, caption efektif, manajemen stok) (Karim & Gesti, 2024); (moo hubspot, n.d.), 2019). Namun, keterbatasan literasi digital, waktu, dan kemampuan membuat konten sering menjadi hambatan—oleh karena itu intervensi efektif mengkombinasikan pelatihan praktis dengan pendampingan one-on-one dan template konten (Pravitri, 2024; (Asmara et al., 2025)). Untuk produk halal, pemasaran digital juga berperan sebagai media edukasi kehalalan dan sertifikasi bagi konsumen.

UMKM halal tidak hanya berbasis profit, tetapi juga menjunjung nilai syariah, keberlanjutan usaha, dan tanggung jawab sosial.(A Mohd Yunos et al., 2025a) Dengan legalitas usaha yang jelas, sertifikasi halal yang valid, serta dukungan pemasaran digital, UMKM halal dapat tumbuh berdaya saing di tingkat global ((Salsabila & Ihsan, 2023); Yusuf & Harahap, 2019; Rafidah et al., 2025). Keberlanjutan usaha halal dapat dicapai melalui kolaborasi pemerintah, lembaga sertifikasi, perguruan tinggi, dan komunitas masyarakat.(A Mohd Yunos et al., 2025b)

METODE

Metode Pelaksanaan Kegiatan PKM dilakukan melalui tahapan berikut :1) Observasi dan Identifikasi Masalah: Menggali permasalahan yang dihadapi mitra terkait legalitas, sertifikasi halal, dan pemasaran. Hasil pertemuan dan Suvei awal yang telah dilakukan Adalah bahwa mitra PKM belum memperoleh legalitas ijin usaha. Dalam hal ini Team PKM memberikan sosialisasi mengenai pentingnya aspek legalitas dan melakulan pendampingan sehingga mitra terlah memiliki Nomor Induk Berusaha dan telah terbit pada Tanggal 31 Juli 2025



PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA

PERIZINAN BERUSAHA BERBASIS RISIKO
NOMOR INDUK BERUSAHA: 3107250067504

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 tentang Cipta Kerja Menjadi Undang-Undang, Pemerintah Republik Indonesia menerbitkan Nomor Induk Berusaha (NIB) kepada :

1. Nama Pelaku Usaha : ELY NURLAELY
2. Alamat : JLN UNISBA RAYA, Desa/Kelurahan Mandalamekar, Kec. Cimenyan, Kab. Bandung, Provinsi Jawa Barat
3. Nomor Telepon Seluler :
Email : ely.nurlaely887@gmail.com
4. Kode Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia : Lihat Lampiran
5. Skala Usaha : Usaha Mikro

NIB ini berlaku di seluruh wilayah Republik Indonesia selama menjalankan kegiatan usaha dan berlaku sebagai hak akses kepabeanan, pendaftaran kepesertaan jaminan sosial kesehatan dan jaminan sosial ketenagakerjaan, serta bukti pemenuhan laporan pertama Wajib Lapor Ketenagakerjaan di Perusahaan (WLKP).

Pelaku Usaha dengan NIB tersebut di atas dapat melaksanakan kegiatan berusaha setelah memenuhi komitmen dan telah memperhatikan ketentuan peraturan perundang-undangan.

NIB ini merupakan pertanian tunggal yang berlaku sebagai sertifikasi jaminan produk halal berdasarkan pernyataan mandiri pelaku usaha dan setelah memperoleh pertimbangan dari/atau pendampingan Proses Produk Halal (PPH) dari Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Diterbitkan di Jakarta, tanggal: 31 Juli 2025

Menteri Investasi dan Hilirisasi/
Kepala Badan Koordinasi Penanaman Modal,

Ditandatangani secara elektronik

Direktek tanggal: 31 Juli 2025

Gambar Nomor Induk Berusaha (NIB) Mitra PKM ysng Telah berhasil diterbitkan

Sosialisasi dan Edukasi: Pemberian materi mengenai pentingnya legalitas usaha, prosedur sertifikasi halal, serta strategi pemasaran digital.



Gambar Sosialisasi dan Edukasi mengenai Prosedur Sertifikasi Halal

Pelatihan dan Workshop: Pelatihan teknis meliputi pembuatan dokumen legalitas, simulasi pendaftaran sertifikasi halal, serta praktik pemasaran digital menggunakan media sosial dan marketplace.



REPUBLIK INDONESIA
(REPUBLIC OF INDONESIA)
جمهورية أندونيسيا
LAMPIRAN SERTIFIKAT HALAL
(THE ATTACHMENT OF HALAL CERTIFICATE)
مرفقة لشهادة الحلال

Nomor Sertifikat / Certificate Number: ID3241002627980825 / رقم الشهادة
Nama Pelaku Usaha / Name of Company: ELY NURLAELY / اسم الشركة
Jenis Produk / Type Product: Serealia dan produk serealia yang merupakan produk turunan dari biji serealia, akar dan umbi, kacang-kacangan dan empulur dengan pengolahan dan penambahan bahan tambahan pangan / نوع المنتج
Alamat Pabrik / Factory's Address: Mamaelykitchen, JL Unisba Raya, BANDUNG, Jawa Barat, 40193, Indonesia / عنوان المصنع

Daftar Produk / Product Name

No	Nama Produk / Product Name
1	Variasi roll
2	Macaroni panggang

Hal 1 / Total Produk: 2

Diterbitkan di Jakarta pada / Issued in Jakarta on: 21 Agustus 2025 / أصدرت الشهادة بجاكرتا في

KEPALA
BADAN PENYELENGGARA JAMINAN PRODUK HALAL
HEAD OF HALAL PRODUCT ASSURANCE BODY
رئيس وكالة ضمان المنتج الحلال

Ahmad Haikal Hasan

REPUBLIK INDONESIA
(REPUBLIC OF INDONESIA)
جمهورية أندونيسيا
LAMPIRAN SERTIFIKAT HALAL
(THE ATTACHMENT OF HALAL CERTIFICATE)
مرفقة لشهادة الحلال

Nomor Sertifikat / Certificate Number: ID3241002627979082S / رقم الشهادة
Nama Pelaku Usaha / Name of Company: ELY NURLAELY / اسم الشركة
Jenis Produk / Type Product: Buah dan sayur dengan pengolahan dan penambahan bahan tambahan pangan / نوع المنتج
Alamat Pabrik / Factory's Address: Mamaelykitchen, JL Unisba Raya, BANDUNG, Jawa Barat, 40193, Indonesia / عنوان المصنع

Daftar Produk / Product Name

No	Nama Produk / Product Name
1	Manisan Kolang kaling lemon
2	Mango chutney
3	Sujuk Acik
4	Salad buah
5	Manisan kolang kaling buah naga

Hal 1 / Total Produk: 5

Diterbitkan di Jakarta pada / Issued in Jakarta on: 21 Agustus 2025 / أصدرت الشهادة بجاكرتا في

KEPALA
BADAN PENYELENGGARA JAMINAN PRODUK HALAL
HEAD OF HALAL PRODUCT ASSURANCE BODY
رئيس وكالة ضمان المنتج الحلال

Ahmad Haikal Hasan

REPUBLIK INDONESIA
(REPUBLIC OF INDONESIA)
جمهورية أندونيسيا
LAMPIRAN SERTIFIKAT HALAL
(THE ATTACHMENT OF HALAL CERTIFICATE)
مرفقة لشهادة الحلال

Nomor Sertifikat / Certificate Number: ID3241002627981082S / رقم الشهادة
Nama Pelaku Usaha / Name of Company: ELY NURLAELY / اسم الشركة
Jenis Produk / Type Product: Makanan ringan siap santap / نوع المنتج
Alamat Pabrik / Factory's Address: Mamaelykitchen, JL Unisba Raya, BANDUNG, Jawa Barat, 40193, Indonesia / عنوان المصنع

Daftar Produk / Product Name

No	Nama Produk / Product Name
1	Seroang mochifa

Hal 1 / Total Produk: 1

Diterbitkan di Jakarta pada / Issued in Jakarta on: 21 Agustus 2025 / أصدرت الشهادة بجاكرتا في

KEPALA
BADAN PENYELENGGARA JAMINAN PRODUK HALAL
HEAD OF HALAL PRODUCT ASSURANCE BODY
رئيس وكالة ضمان المنتج الحلال

Gambar Luaran Sertifikasi Halal Mitra PKM

Pendampingan Intensif: Bimbingan langsung untuk membantu IRT mengurus legalitas, mendaftarkan sertifikat halal, serta mengelola akun digital marketing.

Evaluasi dan Monitoring: Menilai peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta melalui pre-test, post-test, serta perkembangan usaha pasca pendampingan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian Masyarakat yang kami lakukan didahului dengan proses identifikasi pelaku usaha terlebih dahulu melalui kuesioner yang kami berikan untuk mengukur sejauh mana pengetahuan yang telah dimiliki oleh pelaku usaha mengenai legalitas, sertifikat halal, dan pemasaran digital dalam keberlanjutan usaha halal. Hasil kuesioner yang telah diperoleh dari pelaku usaha Mama Ely Kitchen adalah sebagai berikut:

Tabel I
Identitas Usaha dan Pelaku Usaha

NO	PERTANYAAN	JAWABAN
1	Nama Pelaku Usaha	Ely Nurlaely
2	Usia	59 Tahun
3	Lama Usaha	6 Tahun
4	Jenis Produk	Makanan
5	Apakah sudah Memiliki NIB?	Tidak
6	Apakah sudah memiliki sertifikat halal?	Ya
7	Apakah aktif menggunakan sosial media?	Ya

Responden dari pelaku usaha yang mengikuti kegiatan pengabdian masyarakat ini bernama Ely Nurlaely yang berusia 59 tahun telah menjalankan usaha olahan produk makanan selama 6 tahun. Usaha yang telah dijalankannya belum memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB), kemudian juga sebagian produknya sudah bersertifikat halal, dan beliau juga aktif menggunakan sosial media.

Tabel II
Hasil Jawaban Responden Untuk Pernyataan Variabel Legalitas Usaha

NO	ITEM PERNYATAAN	KRITERIA JAWABAN				
		STS	TS	R	S	SS
1	Saya mengetahui pentingnya memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB) untuk usaha saya				O	
2	Saya belum memahami cara pembuatan NIB secara daring				O	
3	Dari sebagian Produk bisnis yang Saya jalani saya terdapat produk yang belum memiliki NIB				O	
4	Saya kesulitan memahami istilah atau bahasa dalam pengisian formulir OSS.				O	
5	Saya merasa biaya pengurusan izin usaha cukup memberatkan.			O		
6	Saya belum mengetahui perbedaan antara izin PIRT, NIB, dan merek dagang.			O		
7	Saya memahami bahwa legalitas usaha akan membantu meningkatkan kepercayaan pelanggan.				O	
8	Saya memerlukan pendampingan dalam proses pengurusan izin usaha agar tidak salah langkah.				O	
9	Saya ingin belajar membuat dokumen usaha seperti profil usaha atau surat keterangan usaha.				O	
10	Saya merasa perlu adanya bimbingan dari pihak kampus/pemerintah dalam pengurusan legalitas usaha.				O	

Berdasarkan data yang diperleh dari hasil kuesioner mengenai legalitas usaha, dapat disimpulkan bahwa usaha Mama Ely Kitchen sudah mengetahui pentingnya memiliki NIB, tetapi belum memahami pembuatan NIB secara daring. Kemudian, usaha yang telah dijalani sebagain produknya belum memiliki NIB dan mengalami kesulitan dalam pengisian formulir OSS. Mengenai legalitas usaha pun, usaha Mama Ely Kitchen meyakini dapat membantu meningkatkan kepercayaan pelanggan.

Setelah itu, usaha ini merasa perlu untuk didampingi dalam proses pengurusan izin usaha dan dokumen usaha. Dengan demikian, dengan adanya program Pengabdian Masyarakat ini dapat membantu usaha Mama Ely Kitchen untuk memberikan pendampingan legalitas usaha.

Tabel III
Hasil Jawaban Responden Untuk Pernyataan Variabel Sertifikasi Halal

NO	ITEM PERNYATAAN	KRITERIA JAWABAN				
		STS	TS	R	S	SS
1	Saya mengetahui bahwa produk pangan olahan harus memiliki sertifikat halal.				O	
2	Saya belum memahami tahapan pengajuan sertifikat halal secara lengkap.				O	
3	Saya belum memiliki sertifikat halal untuk produk saya.		O			
4	Saya kesulitan menyiapkan dokumen yang dibutuhkan untuk sertifikasi halal.			O		
5	Saya merasa proses pengurusan sertifikasi halal memerlukan waktu yang lama.				O	
6	Saya membutuhkan bimbingan untuk melengkapi dokumen bahan baku dan alat produksi yang sesuai standar halal.				O	
7	Saya memahami bahwa sertifikat halal akan meningkatkan nilai jual produk.				O	
8	Saya belum tahu lembaga mana yang dapat membantu pengurusan sertifikat halal (BPJPH, LPH, MUI).			O		
9	Saya bersedia mengikuti pelatihan untuk memahami proses sertifikasi halal.				O	
10	Saya berharap adanya bantuan atau subsidi biaya sertifikasi halal bagi pelaku usaha kecil.				O	

Data yang telah diperoleh mengenai sertifikasi halal, memberikan sebuah kesimpulan bahwa usaha Mama Ely Kitchen sudah mengetahui produk pangan olahan harus bersertifikat halal, tetapi belum memahami tahapan pengajuan sertifikat halal secara lengkap. Terkadang mengalami kesulitan dalam menyiapkan dokumen yang diperlukan, kemudian juga merasa bahwa proses mengurus sertifikat halal memerlukan waktu yang lama dan perlu mendapatkan bimbingan untuk melengkapi dokumen yang sesuai. Usaha Mama Ely Kitchen juga memahami bahwa sertifikat halal akan meningkatkan nilai jual produk. Pemilik usaha bersedia untuk mengikuti pelatihan untuk memahami proses sertifikasi halal. Oleh karena itu kegiatan Pengabdian Masyarakat ini dapat membantu dan mendampingi pelaku usaha untuk memiliki sertifikkat halal untuk usaha produk pangan olahan.

Tabel IV
Hasil Jawaban Responden Untuk Pernyataan Variabel Pemasaran Digital

NO	ITEM PERNYATAAN	KRITERIA JAWABAN				
		STS	TS	R	S	SS
1	Saya memahami manfaat media sosial untuk memperkenalkan produk usaha saya.				O	
2	Saya belum memiliki akun media sosial atau marketplace untuk menjual produk.		O			
3	Saya belum bisa membuat konten promosi (foto, video, atau caption menarik).			O		
4	Saya kesulitan menentukan harga jual dan strategi promosi secara online.			O		
5	Saya belum memahami cara berinteraksi dengan pelanggan melalui media sosial.			O		
6	Saya ingin belajar cara membuat toko online di marketplace (Shopee, Tokopedia, dsb).		O			
7	Saya percaya pemasaran digital dapat memperluas jangkauan pasar.				O	
8	Saya memiliki kendala dalam penggunaan smartphone atau koneksi internet untuk promosi online.		O			

9	Saya tertarik mengikuti pelatihan khusus pembuatan konten dan promosi digital.				O	
10	Saya berharap ada pendampingan berkelanjutan untuk membantu pengelolaan akun bisnis digital saya.				O	

Berdasarkan data yang telah diperoleh dari responden mengenai pemasaran digital, dapat diketahui bahwa usaha Mama Ely Kitchen telah memahami manfaat media social untuk memperkenalkan produk usaha, serta telah memilikinya sebagai media untuk menjual produk. Penggunaan media social diyakini dapat memperluas jangkauan pasar. Oleh karena itu, responden Mama Ely Kitchen tertarik mengikuti pelatihan promosi digital dan berharap ada pendampingan berkelanjutan untuk pengelolaan akun bisnis digital.

Tabel V
Hasil Jawaban Responden Untuk Pernyataan Variabel Keberlanjutan Usaha Halal

NO	ITEM PERNYATAAN	KRITERIA JAWABAN				
		STS	TS	R	S	SS
1	Saya mengalami kesulitan menjaga kualitas dan kebersihan produk secara konsisten.		O			
2	Peralatan produksi yang saya miliki masih sederhana dan terbatas.				O	
3	Saya belum memiliki standar prosedur kerja dalam proses produksi.			O		
4	Saya belum memiliki sistem pencatatan keuangan yang teratur.				O	
5	Saya membutuhkan pelatihan pengelolaan keuangan usaha kecil.				O	
6	Saya belum mampu mengatur stok bahan baku dan persediaan secara efisien.			O		
7	Saya belum memiliki rencana pengembangan usaha jangka panjang.			O		
8	Saya membutuhkan pendampingan dalam strategi mempertahankan pelanggan.				O	
9	Saya mengalami kesulitan mengatur waktu antara kegiatan rumah tangga dan usaha.			O		
10	Saya membutuhkan jaringan mitra (supplier, pelanggan, komunitas usaha) untuk memperluas bisnis.				O	

Data yang telah diperoleh mengenai keberlanjutan usaha, dapat disimpulkan peralatan produksi yang dimiliki oleh Mama Ely Kitchen masih sederhana, belum memiliki sistem pencatatan keuangan yang teratur, serta membutuhkan pelatihan pengelolaan keuangan usaha kecil. Kemudian juga, usaha ini membutuhkan pendampingan untuk strategi mempertahankan pelanggan dan membutuhkan jaringan mitra dalam memperluas bisnis.

Data yang telah diperoleh menjadi acuan bagi kami melakukan pengabdian masyarakat kepada pelaku usaha Industri Rumah Tangga dalam hal legalitas usaha, sertifikasi halal, pemasaran digital, dan keberlanjutan usaha halal. Kegiatan pengabdian masyarakat telah dilakukan pada usaha Mama Ely Kitchen mengenai legalitas usaha, sertifikat halal, dan pengelolaan digital marketing. Tujuan dari pengabdian masyarakat yang dilakukan adalah untuk memberdayakan usaha Industri Rumah Tangga (IRT). Kegiatan PKM ini berfokus pada sosialisasi dan pendampingan mengenai pentingnya memiliki legalitas usaha, sertifikat halal, mengimplementasikan digital marketing, dan keberlanjutan usaha halal. Proses pendampingan yang kami lakukan dalam kegiatan PKM kali ini dilakukan dengan beberapa tahap berikut:

1. Sosialisasi dan Pendampingan Legalitas Usaha

Pada saat memberikan edukasi mengenai legalitas usaha, kami menjelaskan kepada pemilik usaha mengenai langkah-langkah dan proses yang perlu dilakukan untuk mendapatkan legalitas usaha sebagai berikut:

1) Memberikan wawasan seputar legalitas usaha mengenai beberapa hal yang perlu dimiliki agar usaha yang dijalankan dapat dikategorikan telah memiliki legalitas, seperti tata cara membuat NIB (Nomor Induk Berusaha) melalui sistem OSS (*Online Single Submission*), mekanisme perizinan PIRT (Produksi Pangan Industri Rumah Tangga) dari Dinas Kesehatan, dan juga pentingnya memiliki merek dagang.
2) Memberikan bimbingan teknis untuk pengurusan dokumen yang diperlukan untuk membuat akun OSS, mencetak NIB, dan merek dagang.
3) Melakukan monitoring dan evalusai dengan memeriksa progress kelengkapan dokumen yang sedang dibuat atau diajukan.

2. Sosialisasi dan Pendampingan Sertifikasi Halal

Sertifikasi halal sangat penting untuk menjamin produk aman dikonsumsi oleh masyarakat Muslim, sehingga kami menjelaskan tahapan untuk bias mendapatkan sertifikasi halal produk dengan cara berikut ini:
1) Menjelaskan mengenai manfaat sertifikasi halal yang dapat meningkatkan kepercayaan konsumen, serta mematuhi ketentuan UU No. 33 Tahun 2014 mengenai jaminan produk halal dan menjelaskan peran Badan Penyelenggara Jaminan Produk halal sebagai Lembaga resmi untuk mengurusi sertifikasi halal.
2) Memberikan bimbingan teknis pengajuan sertifikasi halal dan membantu menyusus dokumen yang diperlukan, seperti data pelaku usaha dan produk, alur proses produksi, dan daftar bahan yang digunakan serta pemasok.
3) Melakukan monitoring secara intensif dari proses pengajuan sertifikat sampai penerbitan sertifikat.

3. Sosialisasi dan Pendampingan Penerapan Digital Marketing

Penerapan digital marketing sangat membantu pelaku usaha memperluas jangkauan pasar dengan biaya promosi yang cenderung rendah. Oleh karena itu kami mengenalkan dan memberikan pendampingan beberapa cara untuk menerapkan digital marketing seperti berikut ini:
1) Menjelaskan konsep digital marketing dan mengenalkan aplikasi yang biasa digunakan, seperti *WhatsApp Business* dan Instagram.
2) Memberikan pelatihan dan pendampingan pembuatan konten dan manajemen social media untuk menarik perhatian *netizen* dengan menentukan tema konten, mengajarkan cara pengambilan foto atau video produk, penulisan deskripsi atau *caption,* dan cara merespon testimoni dari konsumen.
3) Melakukan monitoring dan evaluasi secara intensif dengan menganalisis umpan balik dari promosi atau konten yang telah dilakukan.

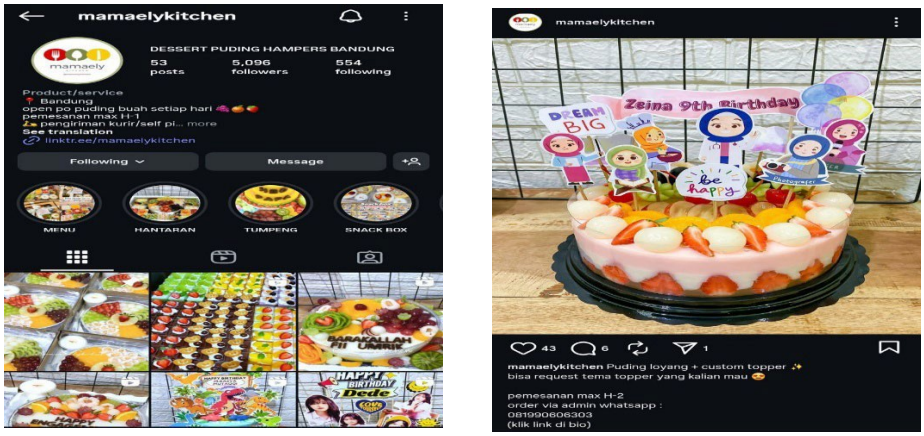
4. Sosialisasi dan Pendampingan Keberlanjutan Usaha Halal

Keberlanjutan usaha halal sangat penting untuk diketahui dan dijalankan bagi pelaku usaha produk olahan, sehingga kami memberikan sosialisasi dan pendampingan dalam Pengabdian Masyarakat sebagai berikut ini:
1) Memberikan pemahaman terkait pentingnya produk halal bagi konsumen dan dampaknya dalam daya saing usaha.
2) Mendorong pelaku usaha untuk dapat mengakses pasar yang lebih luas dengan mematuhi standar halal dan branding halal.
3) Memberikan pelatihan dan pendampingan mengenai pemilihan bahan baku, proses produksi, sanitasi, dan penyimpanan sesuai standar halal.

Berikut ini adalah dokumentasi kegiatan Pengabdian Masyarakat yang telah kami lakukan:



Dokumentasi Pengabdian Masyarakat Antara Dosen, Mahasiswa, dan Pelaku Usaha



Gambar Instagram yang dimiliki oleh @Mamaelykitchen dan salah satu foto produk yang dijual

SIMPULAN

Kegiatan Pengabdian Masyarakat terhadap Industri Rumah Tangga (IRT) @MamaElyKitchen melalui sinergitas legalitas usaha, sertifikasi halal, dan digitalisasi pemasaran menjadi strategi yang efektif untuk keberlanjutan usaha halal yang memiliki daya saing di dunia digital. Melalui aktivitas sosialisasi dan pendampingan, pelaku usaha dapat memahami urgensilegalitas usaha sebagai dasar hokum dalam kegiatan operasional, sertifikasi halal sebagai jaminan kualitas dan kepercayaan konsumen, dan digital marketing sebagai strategi untuk memperluas pasar. Pelaksanaan program pengabdian masyarakat ini mampu meningkatkan wawasan dan kemampuan pelaku usaha dalam mengurus perizinan legalitas usaha, mempersiapkan dokumen sertifikasi halal, dan mengimplementasikan media social untuk promosi produk yang dijual. Program ini dapat memperkuat Industri Rumah Tangga (IRT) sebagai usaha halal yang berkelanjutan.

SARAN

Saran dari kegiatan Pengabdian Masyarakat yang dilaksanakan adalah: 1) Diperlukan monitoring dan evaluasi secara intensif dan berkala agar dapat mempertahankan keberlanjutan usaha halalnya. 2) Perlu dilakukannya penguatan kapasitas digital marketing secara berkelanjutan melalui strategi pemasaran dan pengelolaan social media.

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya. Program Studi Akuntansi Universitas Islam Bandung mengucapkan terima kasih dan apresiasi yang sebesar-besarnya kepada Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi melalui Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, Riset, dan Teknologi (KEMENDIKTISAINTEK) serta Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Islam Bandung, atas kepercayaan dan dukungannya hingga tim kami berhasil lolos dalam Hibah Pengabdian Kepada Masyarakat

DAFTAR PUSTAKA

A Mohd Yunos, A. R., Sarobo, Z., Mohd Ropi, N. A., Rosli, M. A., Abd Rashid, S. N. A., & Othman, N. Z. (2025a). Assessing the Perceptions of Halal Certification among Small and Medium Enterprises in the Food and Beverage Industry in Johor, Malaysia. *UMRAN - Journal of Islamic and Civilizational Studies*, *12*(2), 01–13. https://doi.org/10.11113/umran2025.12n2.726

A Mohd Yunos, A. R., Sarobo, Z., Mohd Ropi, N. A., Rosli, M. A., Abd Rashid, S. N. A., & Othman, N. Z. (2025b). Assessing the Perceptions of Halal Certification among Small and Medium Enterprises in the Food and Beverage Industry in Johor, Malaysia. *UMRAN - Journal of Islamic and Civilizational Studies*, *12*(2), 01–13. https://doi.org/10.11113/umran2025.12n2.726

Abdullah, T., Carr, N., & Lee, C. (2023). Muslim hospitality micro-entrepreneurs' perspectives on empowerment: A research note. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, *55*, 72–75. https://doi.org/10.1016/J.JHTM.2023.03.002

Aguilika, D., Ersya Faraby, M., & Makhtum, A. (2025). Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons-Attribution 4.0 International-CC BY 4.0 STRATEGI DIGITAL MARKETING DAN PENDAMPINGAN SERTIFIKASI PRODUK HALAL PELAKU USAHA DESA POREH KECAMATAN LENTENG KABUPATEN SAMPANG. *Keris: Journal of Community Engagement*, *05*(01). https://doi.org/10.55352/keris

Asmara, M. A., Arissaputra, R., Nur Sabila, S., & Aprila, D. S. (2025). Halal Certification and Branding : Unlocking The Potential of SMEs in The Islamic Economy. *Jurnal Pengabdian UNDIKMA*, *6*(2), 258. https://doi.org/10.33394/jpu.v6i2.14990

Dakwah dan Pengembangan Masyarakat Desa, J., Desa Bansari Kecamatan Bansari Kabupaten Temanggung Gunarti Ika Pradewi, D., Iqbal Chailani, M., & Arifah, S. (2023). *Pendampingan Sertifikasi Halal Pada UMKM Makanan Ringan*. *6*, 1.

Deku, W. A., Wang, J., & Preko, A. K. (2024). Digital marketing and small and medium-sized enterprises' business performance in emerging markets. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, *18*(3), 251–269. https://doi.org/10.1108/apjie-07-2022-0069

El Ula Khaidar Alifika, Sihotang Amri Panahatan, Wafda Vivid Izziyana, & Yulistyowati Efi. (2025). *Sosialisasi Legalitas Usaha dan Pentingnya Sertifikasi Halal Bagi UMKM di Trimulyo Genuk*. *vol 6 No 2*.

Fadillah Wahyu Rizki, R., Agus, R., Marpaung, M., dan Perbankan Syariah, K., & Negeri Medan, P. (2023). *PENGARUH LABEL HALAL, INOVASI PRODUK DAN DIGITAL MARKETING TERHADAP KINERJA UMKM KULINER*.

Junaidi, J., Afrizal, J., & Sukanti, N. D. (2023). Pemahaman Pelaku Usaha dalam Mengurus Sertifikasi Halal Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *AL-Muqayyad*, *6*(2), 106–115. https://doi.org/10.46963/jam.v6i2.1143

Kamil, M. A., & Ridlo, M. R. (2024). Analisis Potensi Digital Marketing pada UMKM Industri Halal. *Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, *7*(1).

Karim, D. A., & Gesti. (2024). Upaya Pengembangan UMKM Melalui Penyuluhan Legalitas Usaha Sertifikasi Halal dan Pemasaran Digital Pada Usaha Keripik Singkong dan Pisang. *ALMUJTAMAE: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, *4*(3), 341–348. https://doi.org/10.30997/almujtamae.v4i3.15998

Khadijatul Harahap, A. Z. (2025). Halal Certification as a Tool for Women's Economic Empowerment in MSMEs. In *Economic: Journal Economic and Business* (Vol. 4, Issue 3).

moo hubspot. (n.d.). *THE COMPLETE GUIDE FOR SMALL BUSINESSES GETTING STARTED WITH DIGITAL STRATEGY Digital Marketing for Small Businesses*.

Nufaisa, N., Nada, A. Q., Rafsanjani, A. R. L., Nabila, D. R., Wulandari, K. A., Prianti, U. N., & Iqbal, Z. M. (2024). Pendampingan Nomor Induk Berusaha dan Sertifikasi Halal untuk Menjamin Kehalalan Produk pada UMKM di Desa Juwet, Nganjuk. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Inovasi Indonesia*, *2*(1), 201–208. https://doi.org/10.54082/jpmii.352

Nurullailya, S., Yasid Abu, & Rahmawati lilik. (2024). *Empowering Muslim Women-Owned Small and Medium-Scale Enterprises through Women Cooperative*. *Vol 12 No 1 2024 060074*.

Nurullailya Shulhah, Yasid Abu, Rahmawati lilik, & Azka, M. S. T. (2024). *View of Empowering Muslim Women-Owned Small and Medium-Scale Enterprises through Women Cooperative*. *12*, 61–72.

Oemar, H., Prasetyaningsih, E., Bakar, S. Z. A., Djamaludin, D., & Septiani, A. (2022). Awareness and intention to register halal certification of micro and small-scale food enterprises. *F1000Research*, *11*, 170. https://doi.org/10.12688/f1000research.75968.1

Puddin, K., & Si, M. (2020). *Untuk Pelaku UMKM*.

Putra, P., Fadhliah, S., & Khoiriyah, U. (2024). PENDAMPINGAN SERTIFIKASI HALAL GRATIS (SEHATI) UNTUK USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DI DESA SUKAMUKTI. *DEVOSI*, *5*(1), 82–91. https://doi.org/10.33558/devosi.v5i1.9478

Rafi, M., & Fitriana Sari, I. (2024). *SOSIALISASI DAN PENDAMPINGAN SERTIFIKASI HALAL PRODUK PELAKU USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) KABUPATEN SUMBAWA NUSA TENGGARA BARAT* (Vol. 06, Issue 01).

Ratna Dewi Setyowati 1*, P. G. C. N. A., H. N. U. (2024). Ratna+Dewi+Setyowati+(Publish). *Ngarsa: Journal of Dedication Based on Local Wisdom, 4(1),1-10*, *4*, 1–0.

Salsabila, A. Y., & Ihsan, D. N. (2023). The Influence of Halal Lifestyle on Career Women in Indonesia. *ETIKONOMI*, *22*(1), 197–212. https://doi.org/10.15408/etk.v22i1.30605

Thoha, M., Najib, A., Azhari, A. S., Rivaldi, M. F., & Kusmawati, R. (2024). *PEMBERDAYAAN PELAKU UMKM MELALUI SOSIALISASI DIGITAL MARKETING DAN SERTIFIKASI HALAL DI KAMPUNG KB DESA CILENG*. *4*(2). https://doi.org/10.2426/10.24269

Utama, D. M., Ramadhani, T. A., & Dewi, S. K. (2025a). Prioritization of barriers to halal certification adoption for food SME: a study using Fuzzy Analytic Hierarchy Process. *Agrointek : Jurnal Teknologi Industri Pertanian*, *19*(4), 897–906. https://doi.org/10.21107/agrointek.v19i4.26695

Utama, D. M., Ramadhani, T. A., & Dewi, S. K. (2025b). Prioritization of barriers to halal certification adoption for food SME: a study using Fuzzy Analytic Hierarchy Process. *Agrointek : Jurnal Teknologi Industri Pertanian*, *19*(4), 897–906. https://doi.org/10.21107/agrointek.v19i4.26695

WAHAB, Y. A. A., JALIL, S. Z. S. A., & HASHIM, H. (2025). READINESS FOR HALAL CERTIFICATION: IMPACT OF ANNUAL SALES ON SMES IN SELANGOR. *Quantum Journal of Social Sciences and Humanities*, *6*(4), 277–289. https://doi.org/10.55197/qjssh.v6i4.743

Wiweko, A., & Anggara, A. W. (2025). *A Review of Digital Marketing Practices among SMEs in Indonesia: Trends, Challenges, and Opportunities*. *volume 4 Issue 5 May 2025*. https://doi.org/10.56472/25835238/IRJEMS-V4I5P140

Yuliana, Riki saputra, Ninda tiara putri, Sopiyah j, Shauqi, & Fadillah ramadhin. (n.d.). *SOSIALISASI+SERTIFIKASI+HALAL+BAGI+PELAKU+UMKM+DI+KECAMATAN+PAALMERAH+KOTA+JAMBI+(4) + (2) + (4)*.