



Peningkatan Kesadaran dan Daya Saing UMKM Melalui Penerapan Labelisasi Halal Pada Industri Rumah Tangga

Bayu Wahyudi ✉, Yasmin, Masayu Rosyidah, Merisha Hastarina, Rafiqa Fijra, Zakaria Nur Aziz, Ahmad Agus Wijayanto

Universitas Muhammadiyah Palembang

Jl. Jend. Ahmad Yani, 13 Ulu, Kec. Seberang Ulu II, Kota Palembang, Sumatera Selatan, 30263, Indonesia

| bayu_wahyudi@um-palembang.ac.id ✉ | DOI: <https://doi.org/10.37729/abdimas.v9i1.5662> |

Abstrak

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam perekonomian Indonesia, namun banyak UMKM di sektor makanan dan minuman, khususnya di kelurahan Sako, kota Palembang belum menyadari pentingnya sertifikasi halal. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran dan pemahaman para pelaku UMKM, khususnya kelompok ibu rumah tangga, terkait pentingnya sertifikasi halal bagi usaha. Metode yang digunakan adalah sosialisasi dan pelatihan, yang melibatkan penjelasan regulasi halal, manfaat sertifikasi halal, prosedur pengajuan, serta dampak positif sertifikasi halal terhadap daya saing produk di pasar. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta terkait pentingnya sertifikasi halal. Sebanyak 17 peserta, yang sebelumnya tidak memahami pentingnya sertifikasi halal, kini menunjukkan minat besar untuk mengajukan sertifikasi bagi usaha, peserta juga menunjukkan komitmen untuk menerapkan prinsip-prinsip halal dalam proses produksi, seperti penggunaan bahan baku yang halal dan menjaga kebersihan produksi. Peserta juga mulai menyadari bahwa dengan sertifikasi halal, produk mereka tidak hanya lebih aman bagi konsumen Muslim, tetapi juga lebih kompetitif di pasar. Hal ini terlihat dari sesi tanya jawab yang menunjukkan antusias atau ketertarikan peserta untuk memahami pentingnya sertifikasi halal. Kegiatan ini berhasil meningkatkan kesadaran dan minat pelaku UMKM di Kelurahan Sako dalam menerapkan sertifikasi halal. Namun, masih diperlukan pendampingan lebih lanjut, terutama dalam hal pengurusan dokumen dan biaya sertifikasi, agar program ini dapat memberikan dampak yang lebih signifikan dan berkelanjutan bagi pengembangan UMKM di wilayah tersebut.

Kata Kunci: Sertifikasi halal, UMKM, Daya saing, Produk halal



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

1. Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian nasional, termasuk menyumbang 61,07% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap tenaga kerja sebanyak 116.978.631 jiwa atau 97%. Jumlah UMKM di sektor penyediaan akomodasi, makanan dan minuman di Indonesia mencapai 17%. Pertumbuhan industri makanan dan minuman mencapai 7,78%, lebih tinggi dibandingkan dengan pertumbuhan industri nasional sebesar 5,02% (Khairunnisa *et al.*, 2020; Pujiyono *et al.*, 2018). UMKM, sebagai salah satu motor penggerak perekonomian yang berperan penting dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat Indonesia (Cahyadi *et al.*, 2024).

Berdasarkan Keputusan Presiden RI No. 99 Tahun 1998, usaha kecil termasuk dalam kegiatan ekonomi masyarakat berskala kecil yang harus dilindungi untuk mencegah adanya persaingan yang tidak sehat. Biasanya, UMKM berasal dari usaha keluarga atau industri rumah tangga, hal ini memberikan peluang bagi masyarakat kecil untuk menjadi pelaku UMKM. Namun, dalam praktiknya, UMKM masih menghadapi tantangan dalam pengelolaan, seperti dalam pemenuhan kebutuhan pangan masyarakat. Ketersediaan pangan harus cukup, aman, bermutu, bergizi, dan sesuai dengan agama dan keyakinan, terutama di wilayah mayoritas Muslim (Cahyadi *et al.*, 2024; Fathurohim & Mulyah, 2024; Ulfan *et al.*, 2022).

Indonesia sebagai salah satu negara dengan populasi muslim terbesar, memiliki potensi pasar yang sangat besar untuk produk-produk halal. Berdasarkan penelitian Yuwana & Hasanah (2021), label halal telah menjadi pertimbangan utama dalam keputusan pembelian konsumen Indonesia, tidak hanya terbatas pada produk makanan dan minuman, tetapi juga merambah ke sektor obat-obatan dan kosmetik. Hal ini menjadikan sertifikasi halal sebagai instrumen penting dalam membangun kepercayaan konsumen, dimana produk halal dipandang sebagai jaminan kebersihan, keamanan, dan kualitas tinggi. Kondisi tersebut semakin diperkuat dengan diberlakukannya Undang-Undang No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, yang mewajibkan semua produk yang beredar untuk memiliki sertifikasi halal (UU No.33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal, 2014). Di tengah pertumbuhan UMKM di kota Palembang, khususnya di kelurahan Sako, masih banyak ditemui produk-produk UMKM yang belum memiliki labelisasi halal. Padahal, seperti yang ditunjukkan dalam penelitian (Kristiana *et al.*, 2020; Novitasari, 2019), UMKM yang telah tersertifikasi halal menunjukkan ketangguhan dalam menghadapi berbagai krisis ekonomi, didukung oleh permintaan produk halal yang terus meningkat seiring dengan pertumbuhan populasi Muslim global.

Melihat besarnya potensi pengembangan UMKM berbasis makanan di kelurahan Sako, kota Palembang, serta masih minimnya pemahaman pelaku UMKM tentang pentingnya sertifikasi halal, kegiatan sosialisasi labelisasi halal ini menjadi sangat relevan dan mendesak. Kondisi ini tercermin dari masih banyaknya UMKM di wilayah tersebut yang beroperasi sebagai usaha rumahan tanpa sertifikasi halal pada produknya. Persoalan utama yang teridentifikasi adalah rendahnya kesadaran dan pengetahuan masyarakat mengenai urgensi sertifikasi halal, padahal hal ini telah menjadi kewajiban berdasarkan UU No. 33 Tahun 2014.

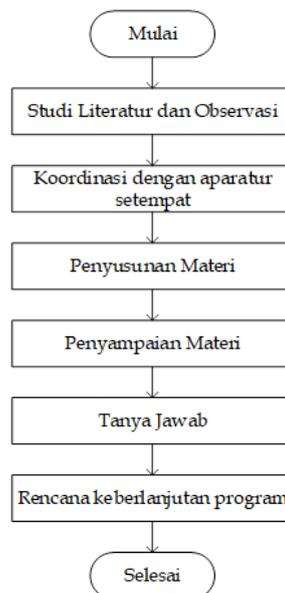
Melalui kegiatan pengabdian masyarakat ini, dengan target peserta ibu-ibu rumah tangga pemilik UMKM, diharapkan dapat memberikan edukasi komprehensif tentang pentingnya label halal dan panduan teknis dalam memenuhi persyaratan sertifikasi. Lebih jauh, program ini bertujuan memberikan dampak langsung pada peningkatan kualitas dan daya saing produk UMKM lokal, sekaligus mendukung implementasi kebijakan pemerintah dalam menjamin ketersediaan produk halal bagi masyarakat serta memperluas akses pasar bagi produk-produk halal lokal.

2. Metode

Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat akan dilakukan di Kelurahan Sako, tepatnya di Jl. Pupuk Raya, RT 29 RW 12, kelurahan Sako, kecamatan Sako, kota Palembang pada tanggal 26 September 2024. Mitra dalam pengabdian ini adalah kelompok ibu rumah tangga pemilik UMKM jajanan pasar.

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dibagi menjadi 3 fase, yaitu persiapan, pelaksanaan, dan rencana tindak lanjut program.

Pada fase persiapan, tim pengabdian melakukan berbagai kegiatan pendahuluan yang mencakup studi literatur, observasi lapangan terhadap produk-produk mitra, dan wawancara dengan ketua RT serta beberapa mitra. Koordinasi dengan pihak terkait dilakukan melalui komunikasi dengan aparat pemerintah setempat dan pemilik usaha jajanan pasar untuk perizinan dan pendataan peserta. Tim juga menyusun materi pelatihan yang komprehensif mencakup pentingnya labelisasi halal, proses sertifikasi, manfaat ekonomi, dan dampaknya terhadap daya saing produk. Fase kedua adalah pelaksanaan, di mana kegiatan diawali dengan pembukaan yang meliputi sambutan dan pengenalan narasumber. Penyampaian materi berfokus pada dua aspek utama, yaitu pentingnya sertifikasi halal beserta dasar regulasinya, dan penjelasan detail tentang proses serta tahapan mendapatkan sertifikat halal. Untuk memastikan pemahaman peserta, disediakan sesi tanya jawab yang diakhiri dengan penyampaian kesimpulan dari seluruh materi pelatihan. Fase terakhir yaitu rencana keberlanjutan program yang terdiri dari monitoring, evaluasi, dan pendampingan. Lebih jelas metode pengabdian ini disajikan dalam diagram alir (Gambar 1).



Gambar 1. Diagram Alir Pengabdian Kepada Masyarakat

3. Hasil dan Pembahasan

Hasil yang disajikan merupakan pencapaian dari berbagai tahapan yang telah direncanakan dan diimplementasikan selama proses kegiatan. Pemaparan materi dasar dan peraturan sertifikasi halal, urgensi sertifikasi halal, dan manfaatnya bagi industri rumah tangga. Dilanjutkan dengan penjelasan langkah-langkah yang harus dilakukan oleh pelaku usaha untuk memperoleh sertifikat halal, termasuk pengurusan dokumen dan pemeriksaan bahan baku.

Acara dimulai dengan pembukaan yang disampaikan oleh pelaksana pengabdian kepada masyarakat. Dalam sambutannya, disampaikan ucapan terima kasih atas kehadiran seluruh peserta dan dukungan dari berbagai pihak yang telah memfasilitasi terselenggaranya kegiatan ini.



Gambar 2. Penyampaian Materi

Disampaikan juga latar belakang diadakannya kegiatan pengabdian ini yang bertujuan untuk memberikan pemahaman akan pentingnya sertifikasi halal dan membantu para pelaku UMKM dalam meningkatkan daya saing produk. Penyampaian materi dimulai dengan penjelasan tentang pentingnya sertifikasi halal bagi produk makanan, khususnya yang diproduksi oleh industri rumah tangga. Dalam sesi ini, peserta mendapatkan pemahaman mengenai dasar hukum dan peraturan terkait sertifikasi halal, termasuk UU No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. Peserta juga diberikan pemahaman tentang urgensi sertifikasi halal dalam membangun kepercayaan konsumen dan memperluas pangsa pasar. Narasumber memaparkan bahwa sertifikasi halal tidak hanya sebagai pemenuhan kewajiban regulasi, tetapi juga merupakan bentuk jaminan kepada konsumen bahwa produk yang dihasilkan telah memenuhi standar kehalalan sesuai syariat Islam. Selanjutnya, materi dilanjutkan dengan penjelasan detail mengenai proses dan tahapan untuk mendapatkan sertifikat halal. Narasumber menjabarkan persyaratan dokumen yang diperlukan, prosedur pemeriksaan bahan baku, serta langkah-langkah teknis yang harus dilakukan oleh pelaku usaha (Gambar 2).

Pada sesi tanya jawab, beberapa peserta mengajukan pertanyaan yang sangat relevan terkait teknis pengurusan sertifikasi halal. Salah satu peserta menanyakan tentang mekanisme sertifikasi untuk lebih dari satu produk. Narasumber menjelaskan bahwa untuk beberapa jenis produk yang diproduksi dalam satu fasilitas produksi yang sama, dapat diajukan dalam satu kali proses sertifikasi. Hal tersebut berdasarkan surat nomor 1361/BD.II/P.I.II/HM.01/04/2023 tanggal 27 April 2023 Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) Kementerian Agama Republik Indonesia yang menginformasikan bahwa pengajuan sertifikasi halal diajukan per jenis produk dengan ketentuan maksimal 10 nama produk, dengan ketentuan produk bukan dari usaha restoran, jasa boga/catering, rumah makan, warung makan yang memiliki menu yang banyak atau usaha yang memiliki outlet lebih dari 1 (satu) ([Penguatan Informasi Ketentuan Sertifikasi Halal Self Declare, 2023](#)). Selanjutnya, terkait pertanyaan mengenai biaya sertifikasi, narasumber menjelaskan bahwa biaya sertifikasi halal untuk UMKM telah mendapatkan subsidi dari pemerintah melalui program sertifikasi halal gratis yang dikelola oleh BPJPH. Hal ini dimuat dalam Pasal 48 nomor 26 tentang perubahan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 (UU No.6 Tahun 2023 Tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti UU No.2 Tahun 2022 Tentang Cipta Kerja Menjadi Undang-Undang, 2023). Pertanyaan terakhir, terkait masa berlaku sertifikat halal, narasumber menerangkan bahwa sesuai dengan regulasi terbaru,

sertifikat halal berlaku selama 4 tahun sejak diterbitkan (UU No.33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal, 2014). Setelah masa berlaku habis, pelaku usaha wajib melakukan perpanjangan sertifikat untuk memastikan keberlangsungan jaminan halal pada produknya.

Untuk memastikan keberlanjutan dan efektivitas program pengabdian ini, tim pengabdian masyarakat telah menyusun rencana tindak lanjut. Sebagai langkah awal adalah membentuk grup diskusi dan berbagi informasi terkini tentang regulasi halal dan kendala atau keinginan peserta pelatihan ini kedepannya. Tim juga siap untuk bekerja sama dengan dinas terkait untuk melakukan pendampingan, pelatihan lanjutan, dan bimbingan teknis kepada peserta dalam mengurus sertifikasi halal termasuk legalitas usaha dan pendukung lainnya. Melalui rangkaian program keberlanjutan ini, diharapkan para pelaku UMKM tidak hanya memahami pentingnya sertifikasi halal, tetapi juga mampu mengimplementasikan standar halal dalam proses produksi mereka serta mengembangkan usaha mereka secara berkelanjutan.

Hasil yang diperoleh dari pelatihan ini menunjukkan adanya peningkatan pemahaman dan minat peserta dalam menerapkan sertifikasi halal, yang selaras dengan berbagai penelitian sebelumnya tentang pentingnya sertifikasi halal bagi UMKM dalam meningkatkan daya saing dan akses pasar. Sertifikasi halal telah terbukti memberikan keunggulan kompetitif bagi UMKM. Menurut [Pujiyono et al., \(2018\)](#), sertifikasi halal menjadi salah satu strategi utama untuk meningkatkan daya saing produk UMKM dalam menghadapi persaingan global. Dengan memperoleh sertifikasi halal, diversifikasi produk, dan penggunaan teknologi tepat guna, UMKM dapat memperkuat posisi mereka di pasar yang kompetitif. Selain itu, penelitian oleh [Azis et al., \(2024\)](#), menyatakan bahwa sertifikasi halal berkontribusi pada peningkatan penjualan dan pendapatan UMKM, serta membantu membangun kepercayaan konsumen. Hasil pelatihan ini mencerminkan kesadaran peserta terhadap pentingnya sertifikasi halal untuk meningkatkan daya saing produk ([Syafat et al., 2023](#)). Hal ini tercermin pada pertanyaan peserta tentang pengurusan sertifikasi untuk multiple produk, yang menunjukkan kesadaran peserta akan pentingnya memiliki sertifikasi halal untuk seluruh produk mereka guna meningkatkan daya saing di pasar.

Sertifikasi halal juga menjadi salah satu aspek penting dalam meningkatkan daya saing produk industri rumahan, khususnya di pasar yang mayoritas konsumennya adalah umat Islam. Sertifikasi ini tidak hanya memastikan bahwa produk memenuhi standar kehalalan tetapi juga menegaskan bahwa produk tersebut dibuat dengan mematuhi prinsip-prinsip kebersihan dan keamanan pangan. Hal ini sejalan dengan pendampingan yang diberikan pada industri rumahan Setaci, yang bertujuan untuk memastikan bahwa aspek legalitas usaha dipenuhi agar produk diakui secara formal dan dapat dipasarkan lebih luas ([Santoso et al., 2024](#)). Dengan sertifikasi halal, produk rumahan akan lebih mudah masuk ke dalam pasar yang lebih besar, seperti retail modern yang sering kali mensyaratkan produk dengan sertifikasi tertentu. Ini memberikan keuntungan besar bagi pelaku UMKM di sektor makanan, yang sebelumnya mungkin hanya terbatas pada pasar lokal. Kepercayaan konsumen terhadap produk yang sudah bersertifikasi halal akan jauh lebih tinggi, yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan penjualan dan loyalitas konsumen ([Dewi et al., 2023](#)).

Beberapa penelitian menunjukkan dampak ekonomi positif dari sertifikasi halal terhadap UMKM. [Khairunnisa et al., \(2020\)](#), menemukan bahwa terdapat peningkatan signifikan dalam omzet UMKM, setelah mereka memiliki sertifikasi halal. Sertifikasi ini tidak hanya memperkuat kepercayaan konsumen tetapi juga memperluas pasar. Hasil serupa ditemukan oleh [Yuwana & Hasanah \(2021\)](#), yang menyebutkan bahwa literasi tentang produk bersertifikat halal berdampak pada peningkatan penjualan karena

konsumen lebih percaya terhadap produk yang terjamin kehalalannya. Kedua studi ini menegaskan pentingnya sertifikasi halal sebagai alat strategis untuk meningkatkan pendapatan UMKM melalui perluasan pasar dan peningkatan kepercayaan konsumen.

Kendala utama yang dihadapi oleh pelaku UMKM dalam mendapatkan sertifikasi halal adalah kurangnya informasi dan biaya yang dianggap tinggi. Akim *et al.*, (2018), menemukan bahwa banyak UMKM belum memahami secara penuh proses pengurusan sertifikasi halal dan mengalami kendala dalam hal biaya. Hal serupa juga disampaikan oleh Ulfan *et al.*, (2022), yang menunjukkan bahwa masih ada kekurangan pemahaman di kalangan pelaku UMKM tentang pentingnya sertifikasi halal dan bagaimana cara mengurusnya. Dalam konteks pelatihan ini, peserta menyatakan minat untuk mendapatkan sertifikasi halal, namun beberapa di antaranya masih menghadapi kendala administratif dan biaya yang perlu pendampingan lebih lanjut. Hal ini tergambar dari ketiga pertanyaan yang diajukan, yang semuanya berkaitan dengan aspek teknis dan administratif seperti mekanisme pengurusan untuk multiple produk, biaya, dan masa berlaku sertifikat. Ini menunjukkan bahwa aspek prosedural masih menjadi concern utama pelaku usaha.

Sertifikasi halal bukan hanya soal kepatuhan terhadap regulasi agama, tetapi juga instrumen untuk meningkatkan kepercayaan konsumen. Faridah (2019) menekankan bahwa sertifikasi halal memberikan jaminan kepada konsumen tentang kualitas dan kebersihan produk, sehingga berdampak pada peningkatan penjualan dan loyalitas konsumen. Hal ini diperkuat oleh penelitian oleh Fuadi *et al.*, (2022), yang menunjukkan bahwa konsumen cenderung memilih produk yang memiliki label halal karena produk tersebut dianggap lebih aman dan terjamin kualitasnya. Hasil pelatihan menunjukkan bahwa peserta mulai menyadari pentingnya label halal untuk meningkatkan citra produk di mata konsumen dan menarik pasar yang lebih luas. Hal ini terlihat dari pertanyaan tentang masa berlaku sertifikat halal. Pemahaman tentang periode validitas sertifikat menunjukkan kesadaran akan pentingnya menjaga kontinuitas jaminan halal untuk mempertahankan kepercayaan konsumen.

Sertifikasi halal juga berperan sebagai alat branding yang kuat. Fitri *et al.*, (2022) menyebutkan bahwa label halal pada produk tidak hanya menarik konsumen Muslim, tetapi juga konsumen non-Muslim yang mengasosiasikan label tersebut dengan produk yang berkualitas, bersih, dan aman. Dalam hal ini, sertifikasi halal berfungsi sebagai nilai tambah yang membedakan produk UMKM dari kompetitor. Faridah (2019) juga menyebutkan bahwa produsen yang memiliki sertifikasi halal dapat menembus pasar global. Hasil pelatihan ini mendukung temuan tersebut, di mana peserta yang tertarik dengan sertifikasi halal berharap dapat memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan keuntungan melalui branding halal, yang terefleksi dari pertanyaan tentang sertifikasi multiple produk, yang menunjukkan keinginan peserta untuk memastikan seluruh produk mereka memiliki nilai tambah dari aspek branding halal.

Selain manfaat ekonomi, sertifikasi halal juga memberikan dampak sosial yang signifikan, terutama dalam memperkuat relasi antara pelaku usaha dan konsumen. Anandita *et al.*, (2022) mengungkapkan bahwa sertifikasi halal dapat meningkatkan kepercayaan antara produsen dan konsumen, sehingga mendorong keberlanjutan usaha. Hal ini tercermin dalam hasil pelatihan, di mana para peserta menyadari bahwa mendapatkan sertifikasi halal akan memberikan kepastian kepada konsumen Muslim bahwa produk yang mereka beli memenuhi standar syariah, sekaligus meningkatkan daya saing di pasar yang lebih luas.

Secara keseluruhan, pelatihan ini memberikan dampak positif bagi peserta dalam hal pemahaman dan kesadaran tentang pentingnya sertifikasi halal untuk meningkatkan daya saing, kepercayaan konsumen, dan pendapatan. Namun, masih ada kendala yang perlu diatasi, terutama terkait dengan proses administrasi dan biaya pengurusan sertifikasi. Pendampingan lebih lanjut diperlukan agar pelaku UMKM dapat memanfaatkan sertifikasi halal sebagai strategi untuk mengembangkan usaha mereka.

4. Kesimpulan

Melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat dalam bentuk pelatihan ini, para ibu rumah tangga pelaku usaha kini memiliki pemahaman yang lebih baik tentang manfaat sertifikasi halal bagi pengembangan usaha mereka. Materi pelatihan yang mencakup aspek-aspek teknis produksi yang sesuai dengan syarat halal, serta prosedur pengajuan sertifikasi, telah memberikan informasi yang sangat bermanfaat. Sebagai langkah selanjutnya, kami akan memberikan pendampingan yang lebih intensif, mulai dari pengurusan dokumen hingga proses audit halal, sehingga para peserta bisa mendapatkan sertifikasi halal.

Acknowledgement

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Universitas Muhammadiyah Palembang melalui LPPM (Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat) yang telah memberikan dukungan dana hibah internal untuk pelaksanaan kegiatan ini. Ucapan terima kasih disampaikan kepada warga RT 29 RW 12, kelurahan Sako, kecamatan Sako, kota Palembang selaku mitra masyarakat dalam kegiatan pengabdian ini, serta para ibu rumah tangga sebagai peserta kegiatan.

Daftar Pustaka

- Akim, Konety, N., Purnama, C., & Adilla, M. H. (2018). Pemahaman Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umk) Di Jatinangor Terhadap Kewajiban Sertifikasi Halal Pada Produk Makanan. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 31-49. <https://doi.org/10.24198/kumawula.v1i1.19258>
- Anandita, S. R., Al-faqih, M. I., Azah, I. N., Ghusain, N., Mahendri, W., & Fadhli, K. (2022). Peningkatan Daya Saing Produk Pelaku Industri Makanan Olahan UMKM melalui Pelatihan Sertifikasi Halal dan BPOM. *Jumat Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(3), 183-187. <https://doi.org/10.32764/abdimasekon.v3i3.3278>
- Azis, I. S., Zakaria, A., & Novita. (2024). Dampak Eksistensi Sertifikasi Halal Pada Keunggulan Kompetitif UMKM. *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 2(1), 261-267.
- Cahyadi, N., Soelistya, D., & Respati, P. P. (2024). Pendampingan Sertifikasi Halal Self Declare Pada Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Ud. Akar Pulung. *DedikasiMU: Journal of Community Service*, 6(1), 134-144. <https://doi.org/10.30587/dedikasimu.v6i1.7500>
- Dewi, L. M., Gentari, R. E., & Sunaryo, D. (2023). Pelatihan Ibu Rumah Tangga Dalam Kreativitas Pengolahan Labu Kuning Menjadi Kuliner Lokal Berbasis Industri Rumah Tangga di Desa Tanagara Cadasari Pandeglang. *ABDINE: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 249-254. <https://doi.org/10.52072/abdine.v3i2.659>

- Faridah, H. D. (2019). Sertifikasi Halal di Indonesia: Sejarah, Perkembangan, Dan Implementasi. *Journal of Halal Product and Research*, 2(2), 68–78. <https://doi.org/10.20473/jhpr.vol.2-issue.2.68-78>
- Fathurohim, & Mulyah, P. (2024). Pendampingan Sertifikasi Halal Self Declare Pada Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Kecamatan Kedungreja Cilacap. *PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 9(7), 1297–1306. <https://doi.org/10.30587/dedikasimu.v6i1.7500>
- Fitri, Y. Y., Fasa, M. I., & Suharto. (2022). Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Laju Perkembangan Industri Produk Makanan Dan Minuman Halal Indonesia. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 15(1), 122–129. <https://doi.org/10.46306/jbbe.v15i1.128>
- Fuadi, Soemitra, A., & Nawawi, Z. M. (2022). Studi Literatur Implementasi Sertifikasi Halal Produk UMKM. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen Teknologi (EMT)*, 6(1), 118–125. <https://doi.org/10.35870/emt.v6i1.541>
- Penguatan informasi ketentuan sertifikasi halal self declare, Kepala Pusat Registrasi dan Sertifikasi Halal (2023).
- Khairunnisa, H., Lubis, D., & Hasanah, Q. (2020). Kenaikan Omzet UMKM Makanan dan Minuman di Kota Bogor Pasca Sertifikasi Halal. *Al-Muzara'ah*, 8(2), 109–127. <https://doi.org/10.29244/jam.8.2.109-127>
- Kristiana, B. V., Indrasari, A., & Giyanti, I. (2020). Halal Supply Chain Management dalam Optimalisasi Penerapan Sertifikasi Halal UMKM. *Performa: Media Ilmiah Teknik Industri*, 19(2), 113–120. <https://doi.org/10.20961/performa.19.2.46379>
- UU No.33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal, UU No.33 Tahun 2014 (2014). <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/38709/uu-no-33-tahun-2014>
- UU No.6 Tahun 2023 Tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti UU No.2 Tahun 2022 Tentang Cipta Kerja Menjadi Undang-Undang, (2023). <https://doi.org/10.55809/tora.v9i3.276>
- Novitasari, M. (2019). Optimalisasi Potensi Perbankan Syariah Di Indonesia Bagi UMKM Halal Dalam Mendukung Sustainable Development Goals. *Majalah Ekonomi*, 24(1), 49–58.
- Pujiyono, A., Setyawati, R., & Idris. (2018). Strategi Pengembangan Umkm Halal Di Jawa Tengah Dalam Menghadapi Persaingan Global. *Indonesian Journal of Halal*, 1(1), 1–8. <https://doi.org/10.14710/halal.v1i1.3109>
- Santoso, E. B., Achmad Syaichu, Sukarsono, A., & Kurniawati, D. (2024). Pendampingan Produksi dan Perizinan Legalitas Usaha Setaci di Kabupaten Nganjuk. *ABDINE: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 106–113. <https://doi.org/10.52072/abdine.v4i1.840>
- Syafat, S. N. N., Hidayah, N., & Maghfiroh, N. (2023). Observasi dan Pengenalan Pedagang Terhadap Sertifikasi Halal. *Bijaksana: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 36–40. <https://doi.org/10.33084/bijaksana.v1i2.6341>
- Ulfin, I., Rahadiantino, L., Harmami, H., Ni'mah, Y. L., & Juwono, H. (2022). Sosialisasi Halal dan Pendampingan Sertifikasi Halal untuk UMKM Kelurahan Simokerto. *Sewagati: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1), 10–17. <https://doi.org/10.12962/j26139960.v6i1.14>
- Yuwana, S. I. P., & Hasanah, H. (2021). Literasi Produk Bersertifikasi Halal Dalam Rangka Meningkatkan Penjualan Pada UMKM. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(2), 104–112. <https://doi.org/10.51805/jpmm.v1i2.44>