

## PENDAMPINGAN OPTIMALISASI STRATEGI DIGITAL MARKETING DAN PERAN PENTING SERTIFIKASI HALAL & NIB PADA UMKM DI KELURAHAN KETAMI KOTA KEDIRI

Salsabila Nida Mufidah, Tiyas Pramudita, Vira Erna Firnanda, Adaninggar Shinta Listyahapsari, Krisna Firnanda Apririo, Abriel Ladhiana Putri, Salsabila Yumni Izzati, Septa Rosdiana Putri, Dimas Prayoga, Yohanes Verdian Lucky Trisdiono, Raynata Alfis Firmansyah, Sulung Bagas, M Rizaludin Al Qurni, Ali Wafa, Zidan Maulana Saputra, Ahmad Nur Faizin, Dhavis Alvi Chandra, Rahmad Ibrahim, Alvin Ardiansyah, Ahmad Rifai, Alyantria Novita Sari, Desy Cahyaning Ati

*Universitas Nusantara PGRI Kediri*

**Abstrak**— Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor penting dalam perekonomian Indonesia. Di Kelurahan Ketami Kota Kediri, terdapat banyak UMKM yang memiliki potensi besar untuk berkembang. Namun, banyak UMKM di sana yang masih belum optimal dalam memanfaatkan strategi digital marketing dan belum memiliki sertifikasi halal dan Nomor Induk Berusaha (NIB). Kegiatan pendampingan ini bertujuan untuk membantu UMKM di Kelurahan Ketami dalam mengoptimalkan strategi digital marketing dan meningkatkan kesadaran tentang pentingnya sertifikasi halal dan NIB. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan bahwa terdapat peningkatan yang signifikan dalam pengetahuan dan keterampilan UMKM dalam menggunakan strategi digital marketing. Selain itu, kesadaran tentang pentingnya sertifikasi halal dan NIB juga meningkat.

**Kata Kunci**— Pendampingan; UMKM; Sertifikasi halal; NIB

**Abstract**— *Micro, Small and Medium Enterprises (msmes) are one of the important sectors in the Indonesian economy. In Ketami Village, Kediri City, there are many msmes that have great potential to develop. However, many msmes there are still not optimal in utilizing digital marketing strategies and do not yet have halal certification and Business Identification Number (NIB). This mentoring activity aims to help msmes in Ketami Village optimize digital marketing strategies and increase awareness about the importance of halal certification and NIB. The results of this activity show that there is a significant increase in the knowledge and skills of msmes in using digital marketing strategies. Apart from that, awareness about the importance of halal certification and NIB is also increasing.*

**Keywords**— *Assistance, MSMEs, Halal Certification, NIB*

This is an open access article under the CC BY-SA License.



---

**Corresponding Author:**

Salsabila Nida Mufidah,  
Universitas Nusantara PGRI Kediri,



## I. PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan pilar yang sangat vital dalam perekonomian di Indonesia, UMKM penyumbang pertumbuhan perekonomian dan penciptaan lapangan kerja di Indonesia secara signifikan. Dalam era digital yang terus berkembang di Indonesia UMKM dihadapkan oleh tuntutan baru dan peluang yang besar untuk memanfaatkan strategi *digital marketing* (Sayekti dkk., 2023) yang berguna untuk memperluas pangsa pasar produk. *Digital Marketing* merupakan teknik pemasaran yang memanfaatkan jaringan sosial untuk bisa melakukan pencarian pasar dan promosi melalui media *digital* atau secara *online* (Wardani dkk., 2023) (Kingsnorth, 2022).

Sebagian besar UMKM yang ada di Kelurahan Ketami belum memanfaatkan teknologi digital sebagai kegiatan memasarkan produk. Maka dari itu sangat diperlukan kegiatan optimalisasi strategi *digital marketing* yang dapat menjadi kunci bagi UMKM di Kelurahan Ketami dalam menghadapi dinamika pasar yang semakin kompleks dan persaingan antara pelaku UMKM pada saat ini yang semakin ketat. Dengan adanya akses internet yang mudah UMKM memiliki kesempatan untuk meningkatkan visibilitas dan daya saing mereka. Serta dengan internet juga dapat membuka portal media *online* yang nantinya dapat digunakan untuk mendukung kemajuan usaha contohnya pelaku UMKM dapat melakukan promosi melalui media sosial (Zundana & Hakimah, 2023a) seperti Instagram, Facebook, WhatsApp, dan lain-lain (Zundana & Hakimah, 2023b). Namun, di tengah persaingan yang semakin ketat ini pelaku UMKM untuk tidak hanya fokus pada *digital marketing* tetapi juga memahami peran penting sertifikasi halal dan NIB (Nomor Induk Berusaha) untuk membentuk citra merek dan menarik konsumen.

Sertifikasi halal dan NIB memegang peranan yang penting dalam memperkuat posisi UMKM dalam persaingan pangsa pasar (Septianingrum dkk., 2023; Sukarni dkk., 2023). Karena dengan adanya label halal para konsumen akan lebih percaya dan tidak ragu-ragu untuk mencoba produk yang dipasarkan. Sebagian besar masyarakat Indonesia beragama Islam maka sertifikasi halal merupakan kunci dalam mengakses pasar muslim, sementara NIB dapat memberikan legitimasi dan kemudahan akses ke berbagai fasilitas bisnis (Utomo dkk., 2023).

Pendampingan UMKM dalam optimalisasi strategi *digital marketing* (Wind & Mahajan, 2002) dan penerapan sertifikasi halal serta NIB menjadi semakin penting dalam mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis mereka. Dengan melalui pendampingan yang tepat, UMKM dapat memperoleh pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk mengimplementasikan strategi *digital marketing* yang efektif serta memenuhi persyaratan sertifikasi halal dan NIB (Kurniawan dkk., 2023) (Septianingrum dkk., 2023). Pendampingan juga dapat membantu

UMKM untuk memanfaatkan berbagai platform *digital marketing* yang tersedia secara efektif dan melalui pendampingan dapat membantu UMKM untuk membantu membangun jaringan dan kemitraan yang kuat dengan Lembaga sertifikasi halal dan NIB.

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan oleh tim mahasiswa KKNT Universitas Nusantara PGRI Kediri di kelurahan Ketami. Penduduk kelurahan Ketami banyak yang menjadi pelaku usaha dalam wadah UMKM. Namun berdasarkan wawancara pada salah satu ketua RW di kelurahan Ketami, produk UMKM kelurahan ketami belum memiliki jangkauan pasar yang luas untuk memasarkan produk dan kemasan yang digunakan masih kurang tepat dan kurang menarik konsumen untuk melakukan keputusan pembelian dan sebagian besar UMKM di kelurahan Ketami juga belum mempunyai sertifikasi halal dan NIB. Maka untuk membantu meningkatkan omset penjualan dan memperluas jangkauan pasar diperlukan optimalisasi *digital marketing* pada UMKM yang ada di kelurahan Ketami. Dan juga melakukan pendampingan desain pengemasan, sertifikasi halal, dan NIB.

Maka berdasarkan hasil observasi tersebut tim mahasiswa KKNT Universitas Nusantara PGRI Kediri melakukan kegiatan edukasi dengan pelaku UMKM di kelurahan Ketami supaya dapat mengembangkan kemampuan untuk memperluas pangsa pasar melalui *digital marketing* dan menerapkan logo halal pada pengemasan produk UMKM. Dengan terselenggaranya kegiatan edukasi pendampingan optimalisasi strategi *digital marketing* dan peran penting sertifikasi halal & NIB pada UMKM di kelurahan Ketami kota Kediri ini bertujuan untuk meningkatkan wawasan dan keterampilan dalam memperluas jangkauan pasar UMKM di kelurahan Ketami.

## II. METODE

Metode pelaksanaan yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan sosialisasi pendampingan optimalisasi *digital marketing* dan peran penting sertifikasi halal dan NIB oleh Tim KKNT Universitas Nusantara PGRI Kediri di kelurahan Ketami dijabarkan sebagai berikut:

### a. Tahap Pengambilan Data

Tim mahasiswa KKNT Universitas Nusantara PGRI Kediri melakukan identifikasi potensi dan permasalahan yang dihadapi oleh UMKM di kelurahan Ketami. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi dan wawancara kepada pihak perangkat desa dan kepada para pelaku UMKM secara langsung di lima RW kelurahan Ketami. Data yang terkumpul akan digunakan sebagai informasi dasar untuk menentukan program pendampingan UMKM melalui sosialisasi.

### **b. Tahap Pelaksanaan**

Pada tahap pelaksanaan sosialisasi pelaku UMKM di berikan materi-materi tentang optimalisasi *digital marketing* dan peran penting sertifikasi halal dan NIB. Selain melakukan sosialisasi tim KKNT juga melakukan pendampingan dalam memasarkan produk secara *digital*, pembuatan sertifikasi halal, NIB dan pembuatan label produk UMKM supaya lebih menarik konsumen untuk melakukan Keputusan pembelian

### **c. Tahap Evaluasi**

Untuk mengukur suksesnya pendampingan UMKM di kelurahan Ketami tim KKNT Universitas Nusantara PGRI Kediri melakukan wawancara dan observasi secara langsung kepada pemilik UMKM.

## **III. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Hasil pendampingan oleh Tim KKNT Universitas Nusantara PGRI Kediri menunjukkan bahwa UMKM di Kelurahan Ketami Kota Kediri memiliki potensi besar untuk berkembang. Sertifikasi halal dan NIB juga berperan penting dalam meningkatkan kepercayaan konsumen, daya saing, dan akses permodalan UMKM. Dengan pendampingan yang tepat, UMKM dapat meningkatkan kemampuannya dalam memanfaatkan digital marketing untuk menjangkau pelanggan baru dan meningkatkan penjualan.

Dengan adanya kegiatan pendampingan ini menunjukkan bahwa terdapat peningkatan yang signifikan dalam pengetahuan dan keterampilan UMKM dalam menggunakan strategi digital marketing. Dibuktikan dari peningkatan jumlah UMKM yang memiliki akun media sosial, yang sebelumnya belum memiliki akun media sosial dan setelah adanya pendampingan ini jumlah yang mempunyai akun media sosial meningkat. Dan juga peningkatan jumlah UMKM yang mengajukan sertifikasi halal dan NIB.

Sertifikasi halal dan Nomor Induk Berusaha (NIB) merupakan dua pilar penting yang dapat mendorong kemajuan UMKM di Indonesia khususnya di daerah kelurahan Ketami sendiri. Sertifikasi halal memberikan jaminan kepada konsumen bahwa produk yang dihasilkan UMKM telah memenuhi standar kehalalan yang ditetapkan, sehingga meningkatkan kepercayaan konsumen, terhadap produk UMKM.

Di sisi lain, NIB merupakan identitas bagi UMKM yang diakui oleh pemerintah, memberikan akses terhadap berbagai kemudahan dan fasilitas, seperti perizinan usaha, pelatihan, dan akses permodalan. NIB juga membantu UMKM daerah kelurahan Ketami dalam mengikuti tender dan proyek pemerintah, serta memperluas jangkauan pasar mereka. Dengan begitu UMKM kelurahan Ketami dapat ikut berkembang dan bersaing di era sekarang.

#### **IV. KESIMPULAN**

Kegiatan pendampingan optimalisasi strategi digital marketing dan peran penting sertifikasi halal & NIB pada UMKM di Kelurahan Ketami Kota Kediri menunjukkan hasil yang positif. Kegiatan pendampingan ini memberikan manfaat yang besar bagi UMKM di Kelurahan Ketami. Peningkatan pengetahuan dan keterampilan dalam digital marketing dan kepemilikan sertifikasi halal & NIB dapat membantu UMKM meningkatkan penjualan, daya saing, dan kepercayaan konsumen. Diharapkan dengan adanya kegiatan ini, UMKM di Kelurahan Ketami dapat terus berkembang dan menjadi lebih kompetitif di pasar global.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Kingsnorth, S. (2022). *Digital marketing strategy: an integrated approach to online marketing*. Kogan Page Publishers.
- Kurniawan, D., Putri, N. A., Novitasari, S., Hawa'Octaviani, S., & Zawawi, Z. (2023). Pendampingan Digitalisasi Marketing dan Legalitas Usaha UMKM untuk Meningkatkan Mengembangkan UMKM Desa Banjaragung Kecamatan Bareng Jombang Jawa Timur. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Sains Dan Teknologi*, 2(2), 102–112.
- Sayekti, Y., Purnamawati, I., Irmadariyani, R., Irawan, B., & Agustini, A. T. (2023). Pendampingan Implementasi Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM Sentra Tape di Desa Tegalwaru Kabupaten Jember. *AJAD: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 3(2), 114–122.
- Septianingrum, L., Pramudiya, D. P., & Umilasari, R. (2023). Optimalisasi UMKM Pasca Pandemi COVID-19 Melalui Penerbitan NIB dan Sertifikasi Halal di Desa Lempeni Kecamatan Tempeh. *Jurnal Pengabdian Indonesia*, 1(1), 15–19.

- Sukarni, S., Khotimah, K., Nugroho, B. A., Triastuti, F. R., Fitriani, I., Baharimarbudi, P. O., Wijaya, R., Adha, R., Wardani, A., & Nurjanah, R. I. (2023). Digital Marketing dan Sertifikasi Halal Sebagai Upaya Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *Surya Abdimas*, 7(3), 473–481.
- Utomo, A. W., Andriyanti, T. F., Nurharyati, F., Indriani, W. J., & Fortuna, D. (2023). PENGEMBANGAN PRODUK UMKM MAJU MAPAN DENGAN STRATEGI MODERNISASI DI ERA TEKNOLOGI 5.0. *JEBIMAN: Jurnal Ekonomi, Bisnis, Manajemen dan Akuntansi*, 1(1), 1–8.
- Wardani, I. K., Zulistiani, Z., & Damayanti, S. (2023). PENGARUH DIGITAL MARKETING DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DAPUR CHUBBY. *SIMPOSIUM NASIONAL MANAJEMEN DAN BISNIS (SIMANIS) dan Call for Paper*, 2, 116–125.
- Wind, J., & Mahajan, V. (2002). *Digital marketing*. Etas.
- Zundana, A., & Hakimah, E. N. (2023a). PROMOSI MEDIA SOSIAL DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH DALAM MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS PADA KONSUMEN HACHA ICE CREAM PARE). *SIMPOSIUM NASIONAL MANAJEMEN DAN BISNIS (SIMANIS) dan Call for Paper*, 2, 623–631.
- Zundana, A., & Hakimah, E. N. (2023b). PROMOSI MEDIA SOSIAL DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH DALAM MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS PADA KONSUMEN HACHA ICE CREAM PARE). *SIMPOSIUM NASIONAL MANAJEMEN DAN BISNIS (SIMANIS) dan Call for Paper*, 2, 623–631.