

Digital Marketing UMKM: Meningkatkan Penjualan melalui Media Sosial dan Pengurusan Sertifikat Halal di Kelurahan Bangsal Kota Kediri

*Seha Ananda, ^aHeru Teguh Santoso, ^aTresya Dela Adelia, ^aM Alfianto Alamsyah, ^aAdrian Jala Putra Mahardika, ^aLusi Dwi Anggraini, ^aDimas Bayu Adji Nugroho, ^aIlham Hadiansyah, ^aTryas Ainun Niza, ^aAbdullah Al Mubarak, ^aRiska Sri Rahayu, ^aRiris Anik Lukianti, ^aNina Dwi Fitaningsih, ^aMuhammad Azriel Ariansyah, ^aArie Nugroho

Universitas Nusantara PGRI Kediri

Abstrak— Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) melihat peluang besar untuk meningkatkan jumlah penjualan mereka sebagai hasil dari perkembangan digital marketing. Untuk memastikan bahwa produk memiliki sertifikat halal, penggunaan media sosial adalah strategi yang efektif. Tujuan dilakukannya kegiatan oleh mahasiswa KKN-T UNP Kediri Kelompok 36 ini untuk meningkatkan pemahaman pelaku UMKM tentang strategi pemasaran digital dan prosedur sertifikasi halal. Program ini menggunakan observasi, penyuluhan, dan pendampingan langsung. Hasil dari kegiatan menunjukkan bahwa pelaku UMKM mulai memanfaatkan media sosial dengan lebih baik melalui konten promosi yang menarik dan berinteraksi dengan konsumen secara aktif. Mereka juga mulai menyadari betapa pentingnya sertifikat halal untuk meningkatkan kepercayaan pasar. Diharapkan bahwa program ini akan membantu UMKM mengembangkan bisnis mereka, memperluas jangkauan pemasaran mereka, dan meningkatkan daya saing mereka di era digital. UMKM di Kelurahan Bangsal dapat tumbuh lebih pesat dan membantu ekonomi lokal dengan adanya bimbingan dan implementasi yang berkelanjutan.

Kata Kunci— digital marketing, media sosial, sertifikat halal, UMKM

Abstract— *Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) see a great opportunity to increase their sales as a result of the development of digital marketing. To ensure that the product has a halal certificate, the use of social media is an effective strategy. To increase the understanding of MSME actors about digital marketing strategies and halal certification procedures, KKN-T UNP Kediri students held a socialization program in Bangsal Village. This program uses observation, counseling, and direct mentoring. Results of the activity shows that MSME actors are starting to make better use of social media through attractive promotional content and actively interacting with consumers. They are also starting to realize how important halal certificates are to increase market confidence. It is hoped that this program will help MSMEs grow their businesses, expand their marketing reach, and increase their competitiveness in the digital era. MSMEs in Bangsal Village can grow faster and help the local economy with continuous guidance and implementation.*

Keywords— *digital marketing, social media, halal certification, MSMEs*

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



Corresponding Author:

Seha Ananda,
Bimbingan dan Konseling,
Universitas Nusantara PGRI Kediri,
Email: sehaanda99@gmail.com



I. PENDAHULUAN

Digitalisasi marketing sekarang menjadi kebutuhan utama bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) karena perkembangan pesat era digital. Pemasaran digital mencakup semua aktivitas pemasaran yang dilakukan melalui media elektronik dan internet. Tujuan dari digitalisasi marketing adalah untuk menarik pelanggan potensial secara cepat dan terukur (Saputra & Pulungan., 2024). Digitalisasi marketing juga bertujuan untuk meningkatkan dan mengembangkan pemahaman serta pengetahuan para pelaku usaha, mendukung pertumbuhan UMKM, serta memberikan masukan yang bermanfaat bagi pelaku usaha dalam mengadopsi strategi pemasaran digital di lingkungan mereka. Digital marketing menjadi strategi penting untuk meningkatkan jangkauan pasar, memperkuat merek, dan meningkatkan penjualan secara efektif karena perilaku konsumen semakin bergantung pada teknologi dan internet (Purwana, Rahmi, and Aditya 2017)

Media sosial adalah *platform* yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi satu sama lain dan berfungsi sebagai teknologi digital yang memungkinkan penggunanya untuk mempromosikan diri. *Platform* yang sering digunakan seperti Instagram, Facebook, TikTok, YouTube, dan WhatsApp telah berkembang menjadi alat yang efektif untuk menjangkau khalayak luas tanpa biaya yang signifikan (Deba dkk., 2023). Pengusaha UMKM dapat membuat konten yang menarik dan relevan dengan produk mereka dengan menggunakan foto dan video berkualitas tinggi untuk meningkatkan daya tarik. Untuk menjaga interaksi dengan pelanggan, pelaku UMKM harus terus memposting konten. Marketplace menawarkan fitur gratis seperti Instagram Stories, Reels, dan Facebook untuk memperluas jangkauannya tanpa mengeluarkan biaya. Sehingga, pelaku UMKM dapat lebih dekat dengan pelanggan dengan berinteraksi secara aktif dengan mereka melalui pesan pribadi dan komentar. Media sosial memberikan manfaat yang berguna untuk para pelaku UMKM, namun selain media sosial, sertifikat halal merupakan hal yang penting untuk dapat menjaga keamanan produknya.

Sertifikat halal menjadi salah satu faktor penting dalam meningkatkan kepercayaan konsumen, terutama di pasar Indonesia yang mayoritas penduduknya beragama Islam. UMKM perlu memahami pentingnya sertifikasi halal dan memanfaatkannya sebagai peluang bisnis untuk meningkatkan profit, mengingat besarnya potensi pasar makanan halal dalam mendatangkan pendapatan (Zulhadi, 2023). Proses mendapatkan sertifikat halal kini semakin sederhana dan bahkan bisa dilakukan tanpa biaya melalui beberapa lembaga, seperti Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH). Para pelaku UMKM cukup menyiapkan dokumen yang diperlukan, seperti daftar bahan baku, alur produksi, serta dokumen legalitas usaha. Mereka juga

bisa memanfaatkan program sertifikasi halal gratis yang sering diadakan oleh pemerintah atau lembaga terkait. Setelah sertifikat halal diperoleh, penting untuk menginformasikan status halal tersebut dengan mencantumkan logo halal pada kemasan produk dan materi promosi, termasuk di media sosial. Sertifikasi halal memiliki peran yang sangat penting, dan dengan mengikuti prosedur yang telah ditetapkan, dapat meningkatkan kepercayaan konsumen, baik dari kalangan muslim maupun non-muslim (Warto & Samsuri, 2020).

Kelurahan Bangsal yang terletak di Kecamatan Pesantren, merupakan salah satu wilayah yang mulai menerapkan digitalisasi pemasaran sebagai kebutuhan utama bagi para pelaku UMKM. Langkah ini diambil karena tingginya potensi produk lokal yang belum sepenuhnya dimanfaatkan melalui strategi pemasaran digital. Selain itu, untuk membangun kepercayaan konsumen, sertifikasi halal menjadi faktor krusial yang tidak boleh diabaikan. Sertifikat halal tidak hanya menjamin kualitas dan keamanan produk, tetapi juga berfungsi sebagai nilai tambah yang dapat meningkatkan daya saing produk di pasar yang lebih luas.

Mengintegrasikan strategi media sosial dengan sertifikasi halal dapat memberikan keunggulan kompetitif bagi para pelaku UMKM. Pelaku usaha dapat menjalankan promosi yang bersifat edukatif untuk meningkatkan kesadaran konsumen tentang pentingnya produk halal. Selain itu, membagikan testimoni dari pelanggan yang puas dengan produk bersertifikat halal dapat memperkuat kepercayaan konsumen. Bekerja sama dengan influencer yang memiliki audiens sesuai target pasar juga menjadi strategi yang efektif untuk memperluas jangkauan bisnis. Dalam kondisi saat ini, digitalisasi pemasaran menjadi elemen kunci dalam pengembangan bisnis. Oleh karena itu, diperlukan adanya sosialisasi terkait digital marketing bagi UMKM di Kelurahan Bangsal, Kecamatan Pesantren. Kegiatan ini akan dilaksanakan oleh mahasiswa Kuliah Kerja Nyata Tematik (KKN-T) Kelompok 36 UNP Kediri Tahun 2025, dengan tujuan untuk meningkatkan pemahaman dan pengetahuan pelaku usaha, mendukung perkembangan UMKM, serta memberikan masukan berharga bagi para pelaku usaha dalam mengimplementasikan digitalisasi pemasaran di lingkungan UMKM setempat.

II. METODE

Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan metode survei observasi. Pendekatan kualitatif dalam penelitian berfokus pada pengamatan terhadap fenomena atau gejala yang terjadi secara alami (Batubara, 2017). Kegiatan ini dilakukan dengan observasi lapangan secara mendalam. Selain itu, juga melakukan wawancara tatap muka dengan pelaku UMKM di Kelurahan Bangsal, seperti kepala kelurahan, staf kelurahan, ketua RW, ketua RT.

Kegiatan ini juga menggunakan dokumentasi sebagai metode pendukung untuk melengkapi data yang diperoleh. Dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan berbagai data tertulis, foto, serta dokumen resmi yang berkaitan dengan aktivitas UMKM dan implementasi digital marketing di Kelurahan Bangsal. Data yang dikumpulkan kemudian dianalisis secara deskriptif kualitatif untuk mengidentifikasi pola, memahami tantangan, serta merumuskan strategi yang dapat diterapkan dalam pengembangan UMKM, khususnya terkait digitalisasi pemasaran dan penerapan sertifikasi halal. Dengan pendekatan ini, diharapkan hasil penelitian dapat memberikan gambaran yang komprehensif mengenai kondisi di lapangan dan solusi yang relevan bagi pelaku UMKM setempat.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan oleh Kelompok 36 Kuliah Kerja Nyata Tematik (KKN-T) UNP Kediri Tahun 2025 terhadap seluruh UMKM di Kelurahan Bangsal, Kecamatan Pesantren, disusunlah program kerja yang selaras dengan tema *Pemberdayaan Masyarakat Kelurahan Secara Terpadu* (PMKT). Salah satu fokus utama dalam program ini adalah sosialisasi digital marketing yang dianggap sangat penting untuk diterapkan pada setiap UMKM di Kelurahan Bangsal. Pemasaran digital menawarkan berbagai keuntungan, seperti kemudahan dalam menyebarkan informasi kepada calon konsumen dan efisiensi dalam hal biaya promosi. Selain itu, dibandingkan dengan metode pemasaran tradisional, strategi digital marketing dianggap lebih efektif dalam mendorong keberhasilan bisnis (Aji et al. 2023).

Kegiatan ini mengeksplorasi tingkat pemahaman dan minat pelaku UMKM terhadap sertifikasi produk halal. Temuan menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku usaha belum mendaftarkan produknya untuk mendapatkan sertifikasi halal karena meyakini bahwa produk mereka sudah 100% halal tanpa perlu bukti formal. Mereka juga menganggap sertifikasi halal kurang penting, terutama karena pasar yang mereka sasar masih terbatas. Selain itu, minimnya pengetahuan mengenai prosedur pengajuan sertifikasi halal menjadi salah satu faktor utama yang menghambat proses pendaftaran tersebut (Suraiyya, dkk., 2024). Sebagai langkah lanjutan dari hasil observasi, dilakukan metode penyuluhan atau sosialisasi untuk memberikan pemahaman kepada pelaku UMKM mengenai pemanfaatan media sosial sebagai alat pemasaran yang lebih efektif, serta tata cara pengurusan sertifikat halal untuk produk mereka. Kegiatan penyuluhan ini mencakup sesi diskusi, pelatihan langsung, dan pendampingan, dengan tujuan membantu pelaku UMKM mengoptimalkan strategi pemasaran digital serta memahami pentingnya sertifikasi halal dalam meningkatkan daya saing produk. Sertifikasi halal tidak hanya mampu meningkatkan kredibilitas produk di mata konsumen, tetapi juga menumbuhkan kesadaran akan pentingnya jaminan kualitas dan keamanan produk (Oktaviani 2023).

Pelaksanaan sosialisasi digital marketing ini diharapkan dapat memberikan dampak yang positif bagi para pelaku UMKM dalam menghadapi tantangan di era digital. Pelatihan digital marketing bertujuan untuk memperkuat kapasitas pelaku usaha agar lebih siap dalam menghadapi berbagai tantangan di era digital (Mulyana dkk., 2021). Dengan pelatihan yang terstruktur, para pelaku usaha akan diberikan pemahaman mengenai berbagai strategi pemasaran digital, seperti optimalisasi penggunaan media sosial, pembuatan konten yang menarik, serta pemanfaatan *platform e-commerce* untuk memperluas jangkauan pasar. Hal ini bertujuan agar UMKM di Kelurahan Bangsal tidak hanya mengandalkan metode pemasaran konvensional, tetapi juga mampu bersaing di pasar yang lebih luas melalui pemanfaatan teknologi secara efisien.

Program ini juga menyoroti pentingnya pengelolaan data dan analisis pasar berbasis digital untuk membantu para pelaku UMKM memahami perilaku konsumen secara lebih mendalam. Pendampingan berkelanjutan akan diberikan guna memastikan para pelaku usaha mampu mengaplikasikan pengetahuan yang diperoleh selama sosialisasi dengan efektif. Diharapkan, melalui program ini, UMKM di Kelurahan Bangsal dapat mengalami peningkatan signifikan dalam produktivitas, penjualan, dan daya saing di pasar, sehingga mampu memberikan kontribusi yang lebih besar terhadap perekonomian lokal. Pemanfaatan digital marketing sebagai media promosi menjadi fokus utama di dunia usaha modern dan memiliki peran krusial dalam mendorong peningkatan pendapatan bagi para pelaku UMKM (Saragih dkk., 2024).

Pengurusan sertifikasi halal juga merupakan aspek krusial dalam pengembangan UMKM di Kelurahan Bangsal. Sertifikasi halal memberikan nilai tambah bagi produk UMKM, karena selain menjamin kehalalan produk bagi konsumen Muslim, sertifikasi ini juga mampu meningkatkan kepercayaan konsumen serta memperkuat daya saing produk di pasar yang lebih luas (Hasanah., 2016). Dengan adanya sertifikasi halal, pelaku UMKM memiliki peluang untuk memperluas jangkauan pasar, termasuk menjangkau konsumen di wilayah yang lebih luas. Oleh sebab itu, pendampingan dalam proses pengurusan sertifikasi halal menjadi langkah strategis dalam upaya pemberdayaan UMKM secara menyeluruh.

Proses pengurusan sertifikasi halal terdiri dari beberapa tahap, mulai dari pendaftaran, pemeriksaan produk dan bahan baku, hingga penerbitan sertifikat oleh lembaga yang berwenang seperti Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) dan Majelis Ulama Indonesia (MUI). Melalui program ini, pelaku UMKM akan diberikan pemahaman terkait persyaratan produk halal, prosedur pengajuan, serta dukungan administratif untuk mempercepat proses sertifikasi. Dengan adanya pendampingan ini, diharapkan UMKM di Kelurahan Bangsal dapat

lebih mudah memperoleh sertifikasi halal, sehingga produk mereka memiliki nilai tambah dan mampu bersaing dengan berbagai produk konsumsi lainnya.



Gambar 1. SOSIALISASI DIGITAL MARKETING UMKM KELURAHAN BANGSAL

IV. KESIMPULAN

Program sosialisasi digital marketing dan pengurusan sertifikat halal yang dilaksanakan oleh mahasiswa KKN-T UNP Kediri di Kelurahan Bangsal berhasil meningkatkan pemahaman dan kesadaran para pelaku UMKM mengenai pentingnya pemasaran digital serta legalitas produk halal. Melalui kegiatan observasi dan penyuluhan, para peserta mendapatkan pengetahuan tentang strategi pemasaran yang efektif melalui media sosial, seperti penggunaan Instagram, Facebook, dan berbagai *platform* digital lainnya untuk memperluas jangkauan pasar. Program ini juga menekankan pentingnya pengurusan sertifikasi halal. Para pelaku UMKM diberikan pendampingan terkait proses administrasi serta pemahaman mengenai manfaat sertifikasi halal, baik dalam membangun kepercayaan konsumen maupun dalam memperluas pangsa pasar.

Hasil dari kegiatan ini menunjukkan bahwa pelaku UMKM mulai menerapkan strategi pemasaran digital yang lebih modern dan menunjukkan minat yang tinggi terhadap sertifikasi halal sebagai salah satu keunggulan kompetitif. Diharapkan, melalui program ini, UMKM di Kelurahan Bangsal dapat terus berkembang, meningkatkan daya saing produk, serta memberikan kontribusi yang berkelanjutan bagi perekonomian lokal.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Kelurahan Bangsal beserta seluruh perangkat dan masyarakat yang telah menerima serta mendukung kegiatan KKN Tematik ini dengan baik. Terima kasih juga kepada dosen pembimbing lapangan yang telah memberikan arahan serta rekan-rekan mahasiswa yang bekerja sama dengan penuh dedikasi. Semoga hasil dari pengabdian ini bermanfaat bagi masyarakat dan menjadi pengalaman berharga bagi kami semua.

DAFTAR PUSTAKA

- Aji, Gunawan, Wulan Sari, M Riyyan, Fakultas Ekonomi, Bisnis Islam, Uin K H Abdurrahman, and Wahid Pekalongan. 2023. "Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial Penerapan Pemasaran Digital Dalam Meningkatkan Akses Pasar UMKM (Studi Kasus Pada UMKM Rosyana Collection Di Kabupaten Pekalongan)." 1(4). doi:10.5281/zenodo.10224152.
- Erna Mulyana, Andi, Pengembangan UMKM Melalui Sosialisasi, Rahmat Hidayat, Nur Rahmah Andayani, Sri Zuliarni, Aditya Wirangga Pratama, Maryani Septiana, et al. 2021. 3 *Pengembangan UMKM Melalui Sosialisasi Dan Penyuluhan Secara Digital Untuk Menunjang Keberlangsungan Usaha Di Masa Pandemi Covid-19*.
- Hanan Khalidah Putri Deba, and Pramono pramono. 2023. "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Promosi Produk Usaha Untuk Peningkatan Penjualan Dalam Marketing E-Business." *Jurnal Kajian dan Penalaran Ilmu Manajemen* 2(2): 124–33. doi:10.59031/jkpim.v2i2.411.
- Hasanah, Hasyim. *TEKNIK-TEKNIK OBSERVASI (Sebuah Alternatif Metode Pengumpulan Data Kualitatif Ilmu-Ilmu Sosial)*.
- Lenti Susana Saragih, Aurora Elise Putriku, Silvia Diva Sari, Yessi Novitasari Laia, and Yoga Syahputra. 2024. "Pemanfaatan Digital Marketing Sebagai Media Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Kontribusi Ekspor UMKM Di Era 4.0." *Jurnal Strategi Bisnis Teknologi* 1(3): 63–72. doi:10.61132/jusbit.v1i3.174.
- Oktaviani, Mita. 2023. "ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK RESTORAN MIE PASCA SERTIFIKASI HALAL." 14(2): 190–205. <http://journal.uhamka.ac.id/index.php/jei>.
- Purwana, Dedi, R Rahmi, and Shandy Aditya. 2017. "Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM) Di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit." *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)* 1(1): 1–17. doi:10.21009/jpmm.001.1.01.
- Randi Saputra, and Faizal Adiprasetya Purnama Pulungan. 2024. "Proyek Pemasaran Digital Di Sosial Media Dan E- Commerce Melalui Pembuatan Content Marketing Dan Advertising Campaign Untuk Meningkatkan Brand Awareness Racabel." *Maeswara : Jurnal Riset Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan* 2(5): 149–63. doi:10.61132/maeswara.v2i5.1292.
- Suraiyya, Shaefia, Akmal Reza Najabullah, Dian Fathimatuz Zahro, and Iain Kudus. 2024. *Analisis Pemahaman UMKM Tentang Sertifikasi Halal (Studi Kasus Di Kudus, Pati, Dan Grobogan)*.
- Warto, Warto, and Samsuri Samsuri. 2020. "Sertifikasi Halal Dan Implikasinya Bagi Bisnis Produk Halal Di Indonesia." *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking* 2(1): 98. doi:10.31000/almaal.v2i1.2803.
- Zulhadi, Trian, and Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. 2023. 1 Homepage: journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/MONEY MONEY PENGARUH LABEL HALAL DAN PENGGUNAAN DIGITAL MARKETING TERHADAP PENGEMBANGAN PARIWISATA HALAL DI KABUPATEN SIAK.

Click or tap here to enter text.